



**You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Młodzież i popkultura : dyskursy światopoglądowe, recepcja i opór

Author: Maciej Bernasiewicz

Citation style: Bernasiewicz Maciej. (2009). Młodzież i popkultura : dyskursy światopoglądowe, recepcja i opór. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIWERSYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego

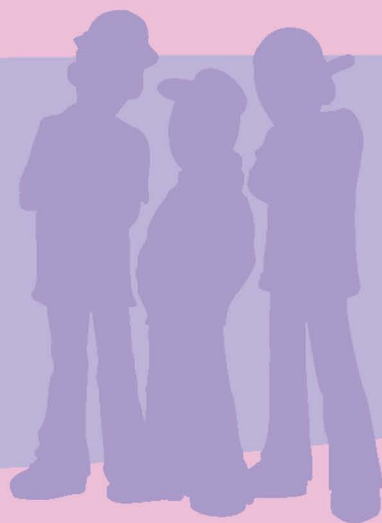


Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Maciej Bernasiewicz

Młodzież i popkultura

Dyskursy światopoglądowe, recepcja i opór



Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Katowice 2009

Młodzież i popkultura

Dyskursy światopoglądowe, recepcja i opór

Profesorowi

Andrzejowi Radziejewiczowi-Winnickiemu

dedykuje



NR 2733

Maciej Bernasiewicz

Młodzież i popkultura

Dyskursy światopoglądowe, recepcja i opór



Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Katowice 2009

Redaktor serii: Pedagogika
Anna Nowak

Recenzent
Bogusław Śliwerski

Publikacja będzie dostępna — po wyczerpaniu nakładu — w wersji internetowej:

Śląska Biblioteka Cyfrowa
www.sbc.org.pl

Spis treści

Przedmowa (<i>Zbyszko Melosik</i>)	7
Wprowadzenie	9
Rozdział I	
Pojęcie światopoglądu	13
1. Ideał życia jako refleks doświadczeń życiowych	13
2. Tożsamość jako integralny składnik światopoglądu	19
3. Światopogląd wyrażający się poprzez ludzkie ciało — reifikacja tożsamości	25
4. Popularne dyskursy światopoglądowe	33
Rozdział II	
Młodzież i współczesna kultura popularna	43
1. Młodzież jako kategoria społeczna	43
2. Kultura popularna	49
2.1. Polaryzacja stanowisk wobec kultury popularnej	49
2.2. <i>Cooltura nastolatka</i> , czyli młodzieżowe czasopisma	60
2.3. Rap, czyli muzyka folklorystyczna miejskiego getta	64
3. Recepcja tekstów kulturowych przez młodzież	70
Rozdział III	
Metodologia	81
1. Ogólna charakterystyka założeń metapedagogicznych	81
2. Problemy i pytania badawcze	88
3. Procedura i metody badawcze	91
4. Próba badawcza i przebieg badań	98
5. Charakterystyka społeczno-demograficzna badanych uczniów	102

Rozdział IV

Dyskurs <i>coolturny nastolatka</i> oraz dyskurs <i>hip-hopowy</i> — światopoglądowa nieprzystawalność?	107
1. Seks i miłość w dobie ponowoczesnej	108
2. Człowiek „wrzucony” w bezwzględny świat <i>versus</i> „uwięziony” w cie- le — pesymistyczna wizja ludzkiego życia	116
3. Cieleśność <i>versus</i> osobowość — czym jest treść współczesnej tożsa- mości nastolatka?	125
4. Bity, melanz oraz polowanie na facetów, czyli o współczesnym idea- le autentyczności.	133

Rozdział V

Modele dekodowania oraz krytyczny odbiór kultury popularnej .	143
1. Bloki czy slumsy — jaka jest prawda o światopoglądzie hip-hop- owym?	143
2. Wiejskie i miejskie dekodowanie tekstów kultury popularnej . . .	153
3. Aktywna rola młodzieży w recepcji tekstów kultury popularnej . .	160
Zakończenie	181
Aneksy	190
Bibliografia	207
Summary	217
Zusammenfassung	219

Przedmowa

Z prawdziwą satysfakcją piszę tę krótką przedmowę do znakomitej książki Macieja Bernasiewicza. Ten młody, wspaniale zapowiadający się naukowiec potwierdził w niej raz jeszcze swoje intelektualne dyspozycje do prowadzenia dyskursu naukowego. Książce *Młodość i popkultura* nie grozi, iż — jak wiele innych tomów — będzie spokojnie leżała przez dekady na bibliotecznych półkach (i zaistnieje jedynie w *curriculum vitae* jej Autora). Jest to dzieło żywe, interesujące, interdyscyplinarne, posiada świetnie skonstruowaną narrację, a Autor bardzo swobodnie porusza się po poszczególnych problemach, wykazując przy tym nadzwyczajną wrażliwość na przemiany kultury współczesnej. *Młodość i popkultura* odwołuje się do najlepszych tradycji społecznego konstrukttywizmu, łącząc w sobie w sposób bardzo spójny rozważania *stricte* teoretyczne ze wzorowo przeprowadzonymi badaniami empirycznymi.

Jestem przekonany, że ta — zasługująca bez wątpienia na szeroką popularyzację — książka będzie czytana i cytowana; znajdzie się też wśród szerokiego kanonu lektur poświęconych tożsamości młodego pokolenia. A przecież debata nad młodym pokoleniem nic nie traci na swojej ostrości w naszym (po)nowoczesnym społeczeństwie. Zwolennicy „uniwersalnych matryc tożsamości” próbują narzucić młodzieży „jedynie dozwolone” formy egzystencji i świadomości, z drugiej strony — fragmentaryczność kultury współczesnej zdaje się podmywać każdą próbę uniwersalizacji. To, co globalne, miesza się z tym, co lokalne, a to, co wydawało się „kulturą wysoką”, nieodwracalnie przenikane jest przez kulturę popularną. Książka Macieja Bernasiewicza znakomicie więc wpisuje się w debatę na temat młodzieży — głównie z „perspektywy popkulturowej”, sięgając jednakże swoją głębią także innych kontekstów konstruowania tożsamo-

ści. Jestem pod ogromnym wrażeniem erudycji i świadomości teoretycznej Macieja Bernasiewicza, jego zdolności do jasnego tworzenia narracji, przy jednoczesnym zachowaniu rygorów dyskursu naukowego, a także unikaniu — tak typowego dla wielu książek o młodziźnie — moralizatorstwa. Lektura tej książki dała mi ogromną przyjemność intelektualną. I jestem przekonany, że takie same odczucie będą mieli wszyscy jej czytelnicy.

Zbyszko Melosik

Wprowadzenie

Żyjemy w czasach, w których człowiek znaczną część wiedzy o świecie czerpie nie tyle z bezpośredniego doświadczenia i kontaktu z lokalnymi autorytetami, ile z przekazów kulturowych o szerokim zasięgu. Doświadczenie zapośredniczone przez masowe środki przekazu (materiały drukowane, media) kształtują zarówno tożsamość jednostek ludzkich, jak i porządek relacji społecznych (Giddens, 2001: 8). Pedagogika kultury opiera się na założeniu, że „w interpretacji dóbr kulturowych, które są zobiektywizowaną postacią ludzkiego ducha, tkwi klucz do poznania człowieka” (Milerski, 2004: 227). Wśród dóbr kulturowych tworzonych przez młodzież i adresowanych do młodzieży szczególne miejsce zajmują muzyka i treści popularnych czasopism. Badanie stosunku młodzieży do popkultury — stosunku do jej przekazu, treściowej zawartości — winno być poprzedzone dobrą orientacją w tematyce podejmowanej przez tę formę kultury. Istotą prezentowanego opracowania jest skupienie uwagi na światopoglądowej zawartości popkultury. Młodzieżowe odniesienie do niej ukazane zostało w kontekście odbioru przez młodych ludzi treści światopoglądowych oferowanych przez wybrane jej wytwory. Czasopisma i muzyka stanowią dominujący nurt popkultury, z którą obcuje młodzież. Wytwory te zawierają jednocześnie wyraźne przesłanie światopoglądowe, które nierzadko staje się materiałem (budulcem) tożsamości młodego pokolenia. Chodzi zwłaszcza o muzykę, a w szczególności jej treść, która zawsze była pokoleniowym spoiwem i nośnikiem ideologii — rock dla dzieci kwiatów (lata sześćdziesiąte i siedemdziesiąte), punk rock dla „dzieci śmieci” (w Polsce lata osiemdziesiąte) czy rap dla hip-hopowców (od lat dziewięćdziesiątych wciąż u nas bardzo popularny).

Do tradycyjnych pól badawczych pedagogiki społecznej (rodzina, społeczność lokalna i inne agendy edukacji obecne w środowisku wy-

chowawczym) dochodzi dziś zainteresowanie mediami jako nowa płaszczyzna działania dla uprawiających tę dyscyplinę naukową (Przećławska, 2006: 9–10). Coraz popularniejsze staje się, zwłaszcza w socjologii, badanie nośnika określonych wizji świata, jakim jest język, czyli badanie różnych *dyskursów*¹ obecnych w przestrzeni społecznej. W niniejszym opracowaniu oprócz analizy treści utworów muzycznych i czasopism pod względem ich zawartości światopoglądowej przedstawiam wypowiedzi młodych ludzi, które ukazują ich stosunek do popkultury, mieszczący się na kontinuum: krytycyzm *versus* brak krytycyzmu. Ukierunkowanie uwagi na analizę dyskursu o charakterze pedagogicznym i światopoglądowym, obecnym w kulturze popularnej — częścią niej są słuchane przez młodzież teksty piosenek oraz czytane czasopisma — motywować można przekonaniem, że stanowi ona potężny czynnik edukacji i socjalizacji. Kultura popularna jest jednym z najważniejszych sposobów wykorzystywanych przez ludzi do nadania sensu sobie samym, swojemu życiu i światu, a tymczasem została ona wyrzucona z refleksji nad edukacją i z codziennego działania pedagogicznego, ponieważ traktowana jest jako niedojrzała forma kultury (Melosik, 1996a: 136–137). To ona właśnie „w znacznie większym stopniu niż nauczyciel i szkoła wpływa na sposoby postrzegania świata przez młodzież, na akceptowane przez nią wartości. To ona [...] w dużej mierze kształtuje tożsamość młodego pokolenia. Popularne teksty i bohaterowie bardzo często nadają sens codziennemu życiu młodzieży; są źródłem tworzenia poczucia wspólnoty oraz podejmowanych przez młodzież praktyk kulturowych” (Melosik, 1996b: 18). W przestrzeni kultury popularnej mamy do czynienia z nieformalną edukacją (Jakubowski, 2006: 84). Należy bowiem pamiętać, że edukacja jest procesem nabywania wiedzy i umiejętności, zarówno na drodze formalnej, jak i nieformalnej (Lawson, Garrod, 2003: 205). Dlatego poza analizą oficjalnych kanonów kulturowych, które wykorzystywane są zwykle do celów socjalizacyjnych i edukacyjnych, pedagodzy interesują się coraz bardziej treściami spoza głównego nurtu kulturowego, ponieważ to najczęściej one mają największy wpływ na to, co myśli i jak żyje młodzież. Z. Melosik (1996a: 148) pisze, że pedagogika powinna „dopasować się do świata młodzieży i zrezygnować z prób skrojenia świata młodzieży (które są niczym innym, jak tworzeniem nieprzekraczalnej przepaści między

¹ Współczesnym badaniom dyskursu i rosnącej popularności tej orientacji badawczej poświęcone jest w całości jedno z wydań kwartalnika „Kultura i Społeczeństwo” (2004, nr 1).

światem realnym i światem pedagogicznej iluzji). Pedagog byłby więc w tym kontekście osobą, która uczy się od młodzieży tego, co dla niej ważne i wartościowe. Byłby jednym z uczestników praktycznej, codziennej narracji. Tylko wtedy pedagogika miałaby szansę na współtworzenie tej narracji”. Pedagogika społeczna jako pedagogika środowiska (K a w u l a, 2002: 10) akcentuje szeroki kontekst procesów edukacji; podkreśla ogromną rolę czynników pozaszkolnych, takich jak grupy rówieśnicze czy środki masowego komunikowania, w kształtowaniu się osobowości człowieka. Paradygmat pedagogiki społecznej zorientowany jest na poszerzanie wiedzy, która służy celom praktycznym. Dlatego zidentyfikowanie światopoglądowych treści w przekazach kulturowych, opis ich charakteru oraz charakteru ich recepcji jako przedmiot przedsięwzięcia badawczego może w istotny sposób przyczynić się do naszego stosunku do popkultury. Potrzebę analizy dyskursu popkultury uzasadnia przekonanie o jego fundamentalnym znaczeniu dla kształtu naszych codziennych działań. Podając przykład prasy, można zauważyć, iż nośnik ten jest czymś więcej niż tylko dostawcą informacji. J.B. Cohen (podaję za: T r u t k o w s k i, 2004: 37) tak pisał o prasie: „Może ona nie odnosić zbyt wielkich sukcesów w mówieniu ludziom, co mają myśleć, odnosi natomiast sukcesy w mówieniu ludziom, o czym mają myśleć. Wynika to przede wszystkim z faktu, iż różni ludzie patrzą na świat w różny sposób, zależny nie tylko od ich osobistych zainteresowań, ale także od tego, jaką jego mapę narysują im dziennikarze, redaktorzy, wydawcy gazet, które czytają”. Dziś, w dobie kolorowych czasopism i wszechobecnej muzyki, której zmuszeni jesteśmy słuchać na przystanku autobusowym i podczas zakupów, mamy do czynienia z ogromną mocą znaczeniową szeroko dystrybuowanych dyskursów, które kolonizują ludzką świadomość. Język, a zatem terminologia, jaką sobie przyswajamy, decyduje o naszym sposobie odbioru świata — określa, co jest sukcesem, a co życiową porażką. Nie tylko pozwala nazwać problemy, które nie dają nam spokoju, ale również w pewien sposób wytwarza owe problemy. W jakimś sensie zasób słownictwa i jego jakość decydują również o naszej wrażliwości na otaczającą rzeczywistość. Nie można pozostać obojętnym na przestrzeń językową, w której się poruszamy i żyjemy. Jednakże mamy też zdolności selekcji treści, ich doboru wedle własnego osobistego klucza, umiejętność krytycznego ustosunkowania się do znaczeń wrogich dla naszego systemu wartości.

Problematyka światopoglądu nie należy do często eksplorowanych tematów w naukach społecznych, niemniej jest ona od dawna obecna w refleksji o wychowaniu (H e s s e n, 1933—1934; S z u m a n,

1933—1934; K o t ł o w s k i, 1968). Pierwszy rozdział niniejszej pracy aspiruje do włączenia się w humanistyczne rozważania dotyczące tej problematyki, a pojawiające się w polskiej literaturze co kilka lat. Rozdział drugi to syntetyczne podsumowanie refleksji na temat kultury popularnej, której ocena wśród socjologów i pedagogów przyjmuje nierzadko skrajne formy. W rozdziale tym przedstawiłem również ustalenia terminologiczne dotyczące kategorii społecznej młodzieży. Założenia badawcze wraz z pozostałą częścią ustaleń metodologicznych własnego przedsięwzięcia badawczego stanowią treść rozdziału trzeciego. Część empiryczna pracy zawarta jest w dwóch kolejnych rozdziałach. Czwarty poświęcony jest analizie treści światopoglądowych, którymi „żywi się” (medialne przesłanie jest jakąś formą intelektualnej pożywki) współczesna młodzież, odbierająca przekaz kultury popularnej. Dominujące w przestrzeni publicznej dyskursy światopoglądowe mogą niekiedy okazać się szkodliwe. Mogą także, mimo ideologicznych kontrowersji, zawierać ogromny potencjał dobra zdolnego zmieniać na lepsze otaczającą nas rzeczywistość. Dlatego musimy interweniować, zarówno jako krytycy, jak i pedagodzy. Najpierw jednak musimy dać się wyedukować tym, których próbujemy zrozumieć. Musimy traktować współczesną kulturę popularną nie jako reprezentację konserwatyzmu ani jako miejsce nihilizmu, lecz jako pełne sprzeczności wytwarzanie form upodmiotowienia (Grossberg, podaję za: M e l o s i k, 1996a: 149). Rozdział piąty poświęcony został zatem modelom dekodowania oraz recepcji, zaobserwowanym wśród badanej młodzieży. Wygenerowane wnioski pozwalają odpowiedzieć na pytanie dotyczące poziomu krytycznego odbioru (opór) kultury popularnej, przejawianego przez młodzież.

*

*

*

Pragnę wyrazić wdzięczność za nieocenioną pomoc, jakiej udzielił mi Profesor Zbyszko Melosik, promotor mojej pracy doktorskiej, na podstawie której powstała niniejsza książka. Nasze rozmowy i spotkania zawsze miały swoje odzwierciedlenie w procesie jej tworzenia. Podziękowania należą się również Profesorowi Andrzejowi Radziwiczowi-Winnickiemu, patronowi i „dobremu duchowi” poznańsko-katowickiej współpracy, której rezultatem jest prezentowana rozprawa. Dziękuję też Pani Profesor Annie Nowak za wsparcie, które umożliwiło publikację w renomowanym Wydawnictwie Uniwersytetu Śląskiego.

Pojęcie światopoglądu

1. Ideał życia jako refleks doświadczeń życiowych

Terminu *Weltanschauung* po raz pierwszy użył I. Kant w *Krytyce władzy sądszenia*, ale heurystycznie użytecznego zoperacjonalizowania dokonał W. Dilthey, na którego chętnie powołują się pedagodzy kultury. Niemiecka proveniencja pojęcia *światopogląd* sprawia, że w literaturze angielskojęzycznej pojawia się ono często w formie oryginalnej, gdyż nie ma jednoznacznego odpowiednika w języku angielskim. *Worldview, outlook on life, conception of the world* to nie jedyne wersje słowa *Weltanschauung*¹. Co w istocie denotuje ten termin? Jakie są jego konotacje?

Zanim omówię Diltheyowski sposób rozumienia tego terminu, chciałbym przyrzeć się niektórym jego operacjonalizacjom w rodzimej literaturze naukowej. T. Mądrycki (podaje za: C i e c i u c h, 2007: 62) wyróżnia następujące składniki światopoglądu: 1) poglądy dotyczące powstania świata i człowieka, 2) poglądy dotyczące sił rządzących światem, 3) poglądy dotyczące tego, czy świat jest dobrze urządzony i sprawiedliwy, 4) poglądy na temat człowieka — czy człowiek jest racjonalny, uczciwy itd., 5) poglądy na temat roli jednostki w historii oraz prymatu interesów jednostki *versus* zbiorowości. Zdaniem J. Ciecucha, na przekonania światopoglądowe składają się przekonania ontologiczne (np. istnienie świata nadprzyrodzonego czy wolnej woli), epistemologiczne (problem prawdy), aksjologiczne (np. pochodzenie wyznawanych wartości, natura ludzka), socjologiczne (np. ocena de-

¹ Możliwe tłumaczenia terminu *Weltanschauung*, występujące w angielskojęzycznej literaturze psychologicznej, podaje J. Ciecuch (2007: 38).

mokracji i przyszłości świata), teologiczne (istnienie Boga, pochodzenie człowieka, życie po śmierci) (Cieciuch, 2007: 95—98). Ogólne przekonania na temat świata, innych ludzi, mojego życia, kategorii „ja”, Polski i Polaków, przemian społeczno-politycznych (socjalizm *versus* kapitalizm), przyszłości, orientacji politycznych i aktywności społecznej, postaw religijnych (w tym Kościoła) czy takich zjawisk, jak homoseksualizm, eutanazja, aborcja, stały się wskaźnikami światopoglądu młodzieży, jakie przyjął w swojej pracy habilitacyjnej T. Biernat (2006). W toku analiz wskazał on na istnienie polaryzacji światopoglądowej młodych ludzi, która „jest wynikiem zderzania się dwóch różnych aksjologicznych uniwersów obecnych w polskiej rzeczywistości: konserwatywnego, związanego z tradycją i religią, oraz liberalnego, będącego wyrazem wolności i indywidualności jednostki. Mają one różne pochodzenie, posługują się odmiennymi dyskursami oraz opierają się na innych instytucjach socjalizacji. Uniwersa te konstytuują spójne i kompletne obrazy świata — światopoglądy, które pełnią funkcje orientacyjne, dostarczają znaczeń i sensów potrzebnych człowiekowi do oswojenia otaczającego świata oraz określania własnego w nim miejsca” (Biernat, 2006: 313). Wskazane eksploracje niejako wysuwają na plan pierwszy rozumowy i odzwierciedlający charakter światopoglądu, rzadko jedynie wspominając o „genetycznym” komponencie każdego światopoglądu, jego pochodzeniu. Doświadczenie świata determinujące jego odczucie i odbiór oraz ideał życia to komponenty światopoglądu, które decydują przecież o ideologicznym i — w jakimś sensie — pozaracjonalnym charakterze każdego światopoglądu. „Całość, a tem bardziej pełnia świata, nie może stać się nigdy w całym tego słowa znaczeniu przedmiotem doświadczenia. I dlatego właśnie światopogląd nigdy nie jest tylko poznaniem świata, czystym jego obrazem, ale zawsze jest jego oceną oraz wykryciem jego sensu i urzeczywistniających się w nim wartości” (Hessen, 1933—1934: 14). Nikt nie buduje własnego światopoglądu w toku czystego oglądu, niezależnej percepcji świata. Każdy światopogląd jest „*ugruntowany społecznie* [...] każdy *Weltanschauung* jest sprzysiężeniem. Spiskowcami są ci, którzy tworzą sytuację społeczną, w której pewien szczególny światopogląd jest uznawany za oczywisty. Jednostka, która znajduje się w tej sytuacji, staje się z każdym dniem coraz bardziej skłonna do podzielenia jej podstawowych założeń. Oznacza to, że zmieniamy nasze światopoglądy (a zatem nasze interpretacje oraz reinterpretacje własnej biografii) wraz z przemieszczaniem się z jednej sfery społecznej do innej. Tylko obłąkany lub rzadki przypadek geniusza może zamieszkiwać jakiś świat znaczeń samotnie. Większość z nas przyswaja sobie znaczenia od innych

ludzi i potrzebuje z ich strony stałego oparcia, aby te znaczenia mogły zachować swą moc” (B e r g e r, 2000: 65—66). Subiektywność każdego światopoglądu ma swoje źródła z jednej strony w ograniczoności ludzkiego poznania, a z drugiej — w ludzkiej podatności na bycie kształtowanym przez najbliższe sobie grupy społeczne w opozycji do przestrzennie i kulturowo odmiennych spojrzeń społecznych.

H. Ś w i d a - Z i e m b a (1999) zwraca uwagę na ważny związek, z punktu widzenia operacjonalizacji terminu *Weltanschauung*, jaki zachodzi pomiędzy jednostkowym światopoglądem a wartościowaniem, jakiego dokonuje wyznająca ów światopogląd jednostka. Autorka pisze, iż aksjologię zbiorowości można badać bądź w płaszczyźnie światopoglądów, bądź w płaszczyźnie określonego rodzaju wartości. Jest tak dlatego, że światopogląd to pewna formuła świata, która w pewien sposób podpowiada, jakie wartości przedkładać winniśmy ponad inne, jednak wyboru danych wartości nie determinuje. Teistyczny światopogląd nie musi przecież przekładać się na uznanie nienaruszalności ludzkiego życia, nawet nie musi podkreślać wartości modlitwy czy też kultu świątynnego (żaden deista, przykładowo, nie musi respektować tych wartości). Odrębność kategorii wartości od kategorii przekonań światopoglądowych podkreśla w swych empirycznych analizach J. Ciecuch, przyjmując, iż wartości to przekonania nakazująco-zakazujące na temat stanów lub cech pożądanых, a przekonania światopoglądowe to przekonania, że dana ogólna reprezentacja świata, Boga, człowieka, społeczeństwa itd. jest bardziej prawdopodobna niż reprezentacja alternatywna, która wydaje się mniej prawdopodobna (C i e c u c h, 2007: 87).

Jednakże poddając analizie wybrany jednostkowy czy zbiorowy światopogląd, możemy antycypować i domniemywać z pewnym prawdopodobieństwem, jakich wartościowań będzie dokonywał analizowany podmiot. „Twierdzenia światopoglądowe zawierają nie tylko terminologię służącą do opisu i eksplikacji, ale również do oceny. Tak zatem przyswojenie twierdzeń światopoglądowych pozwala na uświadomienie sobie określonych cech rzeczy i zdarzeń, a równocześnie na przypisywanie rzeczom i zdarzeniom, ze względu na określone cechy, tej czy innej wartości” (C z a p ó w, 1980: 198). Światopogląd jest definiowany nierzadko właśnie przez wartości, które niejako nadają mu treść. Ów związek (relacje) pomiędzy wartościami młodzieży a ich przekonaniami światopoglądowymi został dowiedziony w badaniach J. Ciecucha. Jedną z takich korelacji jest związek przekonania piętnastolatków o istnieniu świata nadprzyrodzonego (przekonanie światopoglądowe) z cenionymi przez nich wartościami. Osoby uznające istnienie świata nadprzyrodzonego, w przeciwieństwie do osób nie-

uznających jego istnienia, bardziej cenią wartości: (1) wśród Schelerowskich: religijne, patriotyczne, (2) wśród ostatecznych: dojrzała miłość, pokój na świecie, zbawienie, (3) wśród instrumentalnych: odpowiedzialny, wybaczący; mniej zaś cenią takie, jak: (1) wśród Schelerowskich: prawda logiczna, (2) wśród ostatecznych: równowaga wewnętrzna, wolność, mądrość, poczucie własnej godności, (3) wśród instrumentalnych: intelektualista (Cieciuch, 2007: 189).

Tak więc „światopoglądem nazywamy wewnętrzny — najczęściej niezwerbalizowany — obraz świata jednostki, w którym się ona »porusza«, **dokонује wartościowań** [podkreślenie — M.B.], podejmuje wybory” (Świda-Ziemba, 1999: 30). Światopogląd byłby czymś bardziej ogólnym niż system wartości (jak u W. Diltheya) albo wręcz czymś odrębnym. Przykładowo, obecne w tekstach hip-hopowych wartości, takie jak wytrwałość, nieugiętość w „walce” z wymaganiami codzienności, wiara w swoje umiejętności, zasadzają się na ogólniejszym światopoglądzie, który ufundowany jest na pesymistycznym obrazie świata oraz ideale życiowym, jakim jest osobista godność. W. Dilthey pojmując światopogląd w trzech wymiarach. *Ideal życia* jest dla tego niemieckiego filozofa wymiarem światopoglądu, który wyrasta z *doświadczenia życiowego oraz obrazu świata*. Tymczasem w polskiej literaturze przedmiotu nierzadko wyłącza się *ideal życia* z pojęcia światopoglądu, gdyż światopogląd utożsamiany jest jedynie z *obrazem świata*. Rozróżnienia takiego dokonuje A. Gurycka (1991: 52), która pisze, iż uznawane wartości zajmują istotne miejsce w światopoglądzie człowieka, ale nie są z nim tożsame, ponieważ wartości to kryteria poznawania i oceny świata, a więc sądy o tym, jak być powinno. One to tworzą *idealny obraz świata*, podczas gdy światopogląd to jego *reprezentacja*, a więc system sądów o tym, jaki świat jest (realny obraz świata, na który składają się twierdzenia o charakterze ontologicznym). Również H. Świda-Ziemba (1999: 34), przyznając, iż istnieje związek między światopoglądem jednostki a wartościowaniem przez nią rzeczywistości, wskazuje, że same akty wartościowania to zjawiska odrębne, uwarunkowane wieloma czynnikami, a nie tylko intencją aksjologiczną zawartą w kategorii światopoglądowej. Rekapitulując, cytowani teoretycy odróżniają pojęcie światopoglądu jako *obrazu świata*, pewnej poznawczej i emocjonalnej *reprezentacji świata*, od *ideatu życia*, na który składają się określone wartości.

Poznawczy charakter światopoglądu eksponują również teorie psychologiczne², między innymi T. Tomaszewski (podaje za: Biernat,

² Wartościowy przegląd teorii psychologicznych przedstawia w swojej pracy habilitacyjnej Tomasz Biernat (2006: 18–20).

2006: 19) traktuje światopogląd jako system wewnętrznej reprezentacji rzeczywistości człowieka. System ten może być złożony z różnych elementów, takich jak wiedza, opinie, poglądy, wierzenia, stereotypy, przesady. Światopogląd jest więc w dużym stopniu uzależniony od informacji, które docierają do człowieka, i od sposobu, w jaki on je odbiera (język, styl myślenia, wykształcenie, praca zawodowa). Światopogląd dla psychologów ma jednak również aspekt orientacyjny i motywacyjny, a te pozostają już w bezpośrednim związku ze sferą aksjologiczną i wartościowaniem. Po raz kolejny zatem w obszar analiz światopoglądu włącza się wartości. J. Reykowski wskazał, iż światopogląd ma wpływ na działania człowieka, może pełnić funkcję wartościującą, służy ocenie działania ludzi, może pełnić funkcję kontrolną własnego postępowania (podaje za: B i e r n a t, 2006: 20). Z kolei dla W. D i l t h e y a ideał życia, który ten filozof definiuje jako dobro najwyższe, najogólniejsze zasady kierowania życiem (1987: 126), stanowi obok doświadczenia i obrazu życia integralny składnik ludzkiego światopoglądu. Podobna do Dilttheyowskiego ujęcia światopoglądu jest definicja tego pojęcia podana w *Nowej encyklopedii powszechnej PWN* (1996: 262). Ma ona charakter strukturalny i wyróżnia trzy elementy w światopoglądzie. Pierwszy to składnik opisowy, który jest zbiorem twierdzeń, zdań opisujących rzeczywistość (u Diltheya byłby to element obrazu świata oraz doświadczenia życiowego). Drugim elementem tej definicji jest składnik wartościujący światopoglądu jako hierarchicznie uporządkowany układ wartości oraz związanych z nimi ocen. Ostatni składnik normatywny jest zbiorem norm, przepisów i dyrektyw, które nakazują jakieś postępowanie lub go zakazują. Warto dodać, że składnik wartościujący i składnik normatywny światopoglądu jednostkowego (lub grupowego) dostarczają osobie wzorów postępowania i nadają jej sens życia; wyznaczają idealny wzorzec życia ludzkiego (wzór osobowy), a zatem oba byłyby tym, czym dla Diltheya jest ideał życia w ramach szerokiego pojęcia światopoglądu. Troistość światopoglądu nie była jeszcze oczywista dla Kanta, ale na dobre została przyjęta przez Diltheya i Bergsona (K o t ł o w s k i, 1968: 131). K. Kotłowski tak pisze o strukturze światopoglądu: „Wydajemy różnego rodzaju sądy o otaczającej nas rzeczywistości, które mogą ulegać różnym zmianom i modyfikacjom zależnie od nabywanego doświadczenia, zawsze jednak dotyczą albo istoty otaczającej nas rzeczywistości i nas samych, tj. rzeczy i stosunków, albo sensu istnienia świata i człowieka [...]. Na tej bazie kształtują się pewne ideały, dążenia, które skierowują nasze działanie w pewne łożysko, oświetlając jakby drogę postępowania. Tę bardzo skomplikowaną strukturę wytwo-

rzoną w psychice człowieka, w skład której wchodzi elementy poznawcze, dotyczące istoty świata, elementy wartościujące (aksjologiczne), dotyczące sensu istnienia świata i człowieka, wreszcie jego ideały i dążenia, nazywamy światopoglądem” (tamże, s. 131—132).

Podsumowując, światopogląd jest pewnym ogólnym, umysłowym odwzorowaniem rzeczywistości, natury i społeczeństwa, a także jako ogólny obraz odzwierciedla świat ludzkich intencji i działań. W ramach tego obrazu centralne miejsce zajmują przekonania na temat pożądanych zachowań, norm moralnych oraz reguł etycznych, czyli tego wszystkiego, co podpowiada nam, jak warto żyć i czym jest koncepcja dobrego życia (*Pädagogische Enzyklopädie*, 1963: 1033).

Doświadczenie życia to element światopoglądu, który bodajże najtrudniej poddaje się badaniu. Analiza doświadczeń ludzkich wymaga szerokich badań o charakterze wywiadów narracyjnych, które „umożliwiają rozmówcy autobiograficzną prezentację, dokonywaną z punktu widzenia jego własnego roszczenia ważności” (Jacob, 2001: 115). Prześledzenie niektórych rubryk pism popularnych może dać jednak bezpośredni wgląd w doświadczenia ludzkie (np. różnego rodzaju miejsca zwierzeń w czasopismach młodzieżowych). Doświadczenie życiowe, jak również obraz świata dają się także badać w ostatnim z elementów światopoglądu, to jest w ideale życia. Ideał życia (koncepcja udanego życia) jest bowiem efektem — jeśli można tak powiedzieć — uprzednich doświadczeń i sposobów „czytania” rzeczywistości. Jest on efektem napotykanych narracji, które dostarczają życiu jego uzasadnienia (na obraz świata nie składa się przecież czysty strumień wrażeń, ale raczej „przepracowane” przekonania, które są wypadkową doświadczanych wrażeń i ich interpretacji, z którymi spotyka się podmiot doświadczający). Dlatego ideał życia odzwierciedla w jakiś sposób zarówno doświadczenie życia, jak i jego obraz. O tym przenikaniu doświadczenia życiowego w sferę koncepcji udanego życia pisze Z. Kuderowicz, komentując dzieła W. Diltheya. Píše on, iż doświadczenie życiowe powstające w wyniku „sukcesów i rozczarowań w realizacji popędów i uczuć” przybiera ostatecznie postać „przekonań o wartościach, o tym co godne zabiegów, o sposobach urzeczywistniania wartości, o celach ludzkiego postępowania, dobru, obowiązkach, regułach postępowania” (Kuderowicz, 1966: 155). Różnice w definiowaniu ideału życia (różnice światopoglądowe) wynikają prawdopodobnie z różnic w doświadczeniach życiowych; są ich refleksem. Ponieważ każdy doświadczał życia w nieco inny sposób, to jego obraz i ideał życia też są odrębne. Doświadczenia życiowe dają się jednak typologizować (najogólniej na dobre i złe), dlatego pewnie liczba światopoglądów jest również ograniczona i poddaje się klasyfi-

kacji. Określenie specyfiki światopoglądów wpisanych w wytwory kultury popularnej jest przedmiotem analiz w części badawczej niniejszego opracowania.

2. Tożsamość jako integralny składnik światopoglądu

Tożsamość i światopogląd wydają się należeć do grupy pojęć „uczulających”, czyli tylko sugerujących pewne kierunki obserwacji, którą ma podjąć badacz, w odróżnieniu od pojęć „rozstrzygających”, które dostarczają rygorystycznych nakazów tego, co należy obserwować³. Badanie tożsamości osoby sugeruje, iż interesujemy się autodefiniowaniem dokonywanym przez tę osobę, natomiast badanie światopoglądu wskazuje, że przedmiotem badawczego zainteresowania jest specyficzny ogląd świata, określona ideologia. Otóż obraz świata jako element światopoglądu, którego istotnym składnikiem jest przecież obraz siebie samego (*self-conception*) „zanurzonego” w świecie, „wrzuczonego” w świat, pozwala na włączenie problematyki tożsamości w zakres rozważań o światopoglądzie. Trzeba jednakże zauważyć, że tożsamość to nie tylko obraz siebie samego-w-swiecie, ale również zasób podzielanych znaczeń i zindywidualizowany system wartości, który sprawia, że rozróżniamy postrzegane z punktu widzenia własnego „ja” działania istotne i nieistotne, obowiązki i prawa, czyny prawe i niegodziwe (W n u k - L i p i ń s k i, 2005: 213). Wydaje się, że jest w pojęciu tożsamości miejsce na osobisty ideał życia, który odnaleźć można w Diltheyowskiej koncepcji światopoglądu. Pojęcia „tożsamość” i „światopogląd” wykazują przedmiotową zbieżność. T. B i e r n a t (2006: 30) pisze, że relacje między nimi mogą być ujmowane dwojako. Światopogląd może być rozumiany jako struktura szersza od tożsamości; w tym ujęciu tożsamość znajduje w światopoglądzie stabilność, jest przezeń warunkowana i ukierunkowywana. Implikacje takiej sytuacji dają się odnaleźć w kryzysie tożsamości, jaki musi mieć miejsce w przypadku nieczytelnych, rozmytych światopoglądów. Brak przywiązania do określonych wartości i celów (brak scalającego tożsamość światopoglądu) nazywany bywa w literaturze przedmiotu deficytem tożsamości. Deficyt tożsamości, obok konfliktu tożsamości, który oznacza „współistnienie wielości definicji własnego »ja« wewnętrznie niespójnych lub nawet sprzecznych wzajemnie” (W n u k - L i p i ń -

³ Klasyfikacji pojęć na „uczulające” i „rozstrzygające” dokonał H. Blumer.

s k i, 2005: 227—228), wyznacza dwie odmienne postacie kryzysu tożsamości indywidualnej. Drugie stanowisko — według T. Biernata — traktuje światopogląd jako element tożsamości. Światopogląd sprowadza się w tym ujęciu do atrakcyjnej dla jednostki ideologii, z której tką ona własną tożsamość. W jednym i drugim ujęciu światopogląd warunkuje w jakiś sposób tożsamość. Moim zdaniem, jedyną relacją, w jakiej pozostają oba pojęcia, jest relacja zawierania się pojęcia tożsamości w pojęciu światopoglądu. Światopogląd jest terminem zawsze szerszym od pojęcia tożsamości.

Tożsamość możemy rozumieć jako system jednostkowych identyfikacji, podzielanych przez jednostkę wraz z innymi członkami określonej społeczności, ale możemy także ujmować tożsamość w sposób bardzo zindywidualizowany, jako „swoiste właściwości ciała i umysłu: wygląd, uroda, dziedziczony i unikalny kod genetyczny, osobowość będąca zapisem niepowtarzalnych doświadczeń życiowych, wiedza, jaką posiadamy, nasze poglądy, przekonania, wartości, jakie wyznajemy, to w co wierzymy, to czego się boimy i czym się cieszymy, kogo kochamy, a kogo nienawidzimy itp.” (S z t o m p k a, 2002: 181). Zatem „mówiąc o tożsamości, najczęściej wyróżnia się dwa jej rodzaje: indywidualną (osobistą) i społeczną. Pierwsza z nich, określana jako świadomość własnej spójności w czasie i przestrzeni, w różnych okresach życia, w sytuacjach społecznych i pełnionych rolach, a także świadomość własnej odrębności, indywidualności, niepowtarzalności, stanowi najczęściej przedmiot zainteresowania psychologów. W przypadku socjologów interesująca jest tożsamość społeczna jednostki. Jest ona pochodną przynależności do różnych grup i kategorii społecznych. Tożsamość ta ma zarówno wymiar subiektywny, określany jako poczucie tożsamości, jak i obiektywny, rozumiany jako zaklasyfikowanie jednostki przez innych” (L e p p e r t, 2005: 93). O „autodefiniowaniu” można mówić jeszcze jako o tożsamości osobowej i kolektywnej (grupowej). „Tożsamości osobowe odnoszą się do pojedynczego człowieka, tożsamości kolektywne zaś zależą od przynależności do jakiejś grupy. Nie tracimy tożsamości osobowej, gdy zmieniamy przynależność grupową, tymczasem tożsamość kolektywna ustaje, gdy wygasa nasza przynależność do określonej grupy. Przykładem tożsamości osobowej jest bycie (a ściślej — świadomość bycia) matką, uwodzicielem, feministką lub kapłanem, przykładem zaś tożsamości grupowej jest świadomość bycia członkiem wspólnoty religijnej lub politycznej albo też mafii czy sekty” (W n u k - L i p i ń s k i, 2005: 211). Podobnie rozpatrywać można światopogląd: po pierwsze, jako **zespół swoistych, jednostkowych doświadczeń życiowych i obraz świata będący wynikiem aktywności**

poznawczej podmiotu, który buduje na tej podstawie osobisty ideał życia, bądź — po drugie — jako zespół podzielanych kolektywnie doświadczeń i losów życiowych, które w większym lub mniejszym stopniu determinują wspólny danej grupie obraz świata i wyznawany ideał życia. Tym samym tożsamości i światopoglądów jest albo tyle, ile — parafrazując słowa mało znanego na Zachodzie filozofa gruzińskiego — każdego ranka budzi się umysłów i oczu⁴, albo tylko tyle, ile da się wyróżnić zbiorowych identyfikacji. I chociaż spłot życiowych doświadczeń, który determinuje obraz świata i ideał życia, ma charakter raczej niepowtarzalny, to jednak podejmujemy się pewnych typologizacji tożsamości (światopoglądów). O tych dwóch wymiarach tożsamości (bardzo osobistym oraz społecznym) pisał także E.H. Erikson: „Tożsamość opisuje, z jednej strony, stosunek podmiotu do samego siebie jako »trwałe, wewnętrzne poczucie bycia sobą«; z drugiej zaś strony określa stosunek do społecznego środowiska jako uczestnictwo w procesie komunikacji i związane z tym charakterystyczne dla określonych grup cechy wyróżniające” (podaję za: Tillmann, 2005: 192). Reasumując, światopogląd (osobowy bądź kolektywny) należy postrzegać jako pojęcie szersze od pojęcia tożsamości (osobowej bądź kolektywnej), gdyż obejmuje ono: 1) genezę kształtowania się tożsamości, czyli ogół determinujących ją doświadczeń życiowych, 2) obraz świata, którego obraz siebie samego-w-swiecie (tożsamość) jest tylko składową, oraz 3) ideał życia, bez którego nie może istnieć żadna tożsamość, jeśli nie chce się narazić na swój kryzys.

Mimo że trudno dziś wyrokować w sprawie dominujących typów tożsamości czy zauważyć funkcjonowanie gotowych matryc oferowanych młodzieży w procesie socjalizacji (Z. Melosik i T. Szkudlarek (1998: 58) piszą, iż w czasach wrogości i wojen był to typ wojownika, w czasach pokoju lub rozbudowy — typ pracownika/robotnika, z kolei w innych okresach i miejscach — typ biurokraty, dżentelmena, wyznawcy, romantyka, pozytywisty), to nadal heurystycznie użyteczne jest tworzenie takich typologii. Z. Melosik, mimo niechęci do kategoryzacji jako konsekwencji dostrzeżonej fragmentaryzacji wszelkich tożsamości, konstatuje istnienie pewnych ponowoczesnych tożsamości (Melosik, Szkudlarek, 1998: 60—67). **Tożsamość globalna przezroczysta** jest rezultatem działania „wielkich korporacji” i „instytucji międzynarodowych”, które sprawiają, iż świat widzieć można nie w kontekście różnic mentalnych, kulturowych

⁴ Meraba Mamardaszwili mawiał: „Światów jest tyle, ile każdego ranka budzi się umysłów i oczu”. Podaję za: J. Eliawa (2004).

i ekonomicznych, lecz przez pryzmat McDonald'sów, włoskich kafejek, międzynarodowych sieci hotelowych i kin. O obrazie świata jako elemencie światopoglądu osoby mającej taką tożsamość powiedzieliśmy, że zawiera przede wszystkim to, co wspólne dla różnych miejsc i kultur, przy czym to, co wspólne, jest dla tej jednostki równoznaczne z tym, co europejskie lub amerykańskie. Osoba taka „nigdy nie jest zdziwiona”. Umie „współżyć z różnicą” bez „wchodzenia w różnicę”. Jeśli chodzi o jej ideał życia, to wydaje się, że jest nim jedynie „gromadzenie pieniędzy i bycie na topie w wyścigu do dobrych projektów” oraz „skrajny profesjonalizm”. **Tożsamość globalna każda** jest charakterystyczna dla „totalnej otwartości na różnicę”, która sprawia, że osoba taka może być każdym. Za takim dopasowaniem się do rzeczywistości, wtapianiem się w kontekst kulturowy stoi prawdopodobnie ideał doświadczania wciąż nowych tożsamości, przeżywania nowych wrażeń. Świat w tym modelu tożsamości (światopoglądu) jest rezerwuarem nieskończenie bogatych możliwości bycia, wśród których nie ma jednej, ostatecznie wartościowej tożsamości. **Tożsamość upozorowana** to rezultat życia w rzeczywistości pozbawionej istotnych znaczeń, gdzie nic nie warto brać zbyt poważnie, ponieważ nic nie zasługuje na to, by stać się przedmiotem głębokiego zaangażowania. Zagłębianie się w jakąś istotną „treść” zastępowane jest konsumowaniem stylu, z pełną świadomością nieautentyczności, która rodzi życiowy nihilizm. Trudno mówić tutaj o ideale życia, prędzej o niwelowaniu świadomości, że on nie istnieje. **Tożsamość typu 'supermarket'** przypomina tożsamość poprzednią, tyle że stanowi bardziej konsekwentną grę w konsumpcję, tj. z większą afirmacją jednostka angażuje się w konsumowanie stylu bycia. Idealem jest bycie „sfragmentyzowanym”, bycie *trendy*. „Bycie na topie” wymaga zaś ciągłych zmian swojego *image'u*. Otóż, „w jednym i tym samym tekście proponuje się kobiecie *image* romantyczki, królowej dyskoteki, elegantki, kobiety w stylu techno lub czarno-białym, a także kobiety zaczepnej, kusicielki, zrelaksowanej lub wyzwolonej” (Melosik, Szkudlarek, 1998: 60—67). Przyznać jednak trzeba, iż tożsamości te charakteryzuje raczej ciągła zmienność niż stałość. Zresztą nawet E.H. Erikson, autor ścisłej klasyfikacji okresów życia ludzkiego, zwraca uwagę na fakt, że „przy całej ciągłości i jednolitości podmiotu jego tożsamość ciągle się zmienia, jest jednocześnie subiektywnym doświadczeniem i dynamicznym faktem” (podaję za: Tillmann, 2005: 193).

Bardziej esencjonalny charakter wykazuje klasyfikacja S. Kierkegaarda, którą da się odnieść do prób definiowania zarówno współczesnej tożsamości, jak i współczesnego światopoglądu (w wymiarze

ideału życia). Być może częściej spotkać dziś można będzie tożsamość i światopogląd, które za S. Kierkegaardem nazwiemy **człowiekiem estetycznym**, do którego filozof zwraca się w słowach: „Jesteś dowcipny, ironiczny, jesteś dobrym obserwatorem i dialektykiem, człowiekiem doświadczonym w rozkoszowaniu się życiem, potrafisz żyć chwilą, jesteś wrażliwy lub bezduszny, w zależności od okoliczności, niezależnie od tego wszystkiego, żyjesz zawsze tylko chwilą i dlatego życie Twoje roztapia się w momentach, którym brak ciągłości, dlatego też nie możesz go wyjaśnić. Gdyby ktoś chciał poznać sztukę czerpania maksymalnej przyjemności z życia, to z pełnym uzasadnieniem miałby prawo zwrócić się do Ciebie, ale z chwilą, z którą chciałby życie Twoje zrozumieć — trafia pod zły adres” (Kierkegaard, 1976: 240).

Wszystkie typy tożsamości (światopoglądów) zarysowane przez Z. Melosika wydają się mieścić w formule człowieka estetycznego, podanej przez S. Kierkegarda. Opis człowieka estetycznego przypomina również pojęcie globalnego nastolatka, ukute przez Z. Melosika, oraz opis stanu ducha, podany przez pewnego amerykańskiego dziennikarza: „Należę do całkowicie nowej generacji ludzi, plemienia wędrowców. Mieszkańcy bez miejsca zamieszkania, przejeżdżamy przez kraje jakbyśmy przechodzili przez drzwi obrotowe. Nic nie jest dziwne i żadne miejsce nie jest zagranicą. Jestem wielonarodową duszą na wielonarodowym globie. Wejście do samolotu jest dla mnie tak naturalne, jak podniesienie słuchawki telefonicznej. Składam moje *ja* i przewożę je ze sobą. Nigdy nie jestem zdziwiony. Ten rodzaj życia daje oczywiście bezprecedensowe poczucie wolności i ruchliwości. Możemy iść przez świat, jak przez jarmark cudów, zbierając coś na każdym przestanku, traktując świat jak supermarket. Nie mamy domu, mamy setki domów. I nagle czuję się zaszokowany odkryciem, iż mam szafę z jaźniami, z której mogę wybierać. Przynależność staje się dla mnie tak obca, jak dezorientacja. Lecz jaką cenę płacę za to? Jaki rodzaj duszy zrodzony jest z takiego życia? I niekiedy zastanawiam się, czy ten nowy rodzaj braku przynależności nie jest obcy czemuś fundamentalnemu dla natury ludzkiej. Uchodźca żywi przynajmniej namiętne uczucia do kraju, który opuścił. Lecz co odczuwa przejściowy włóczęga? Za co moglibyśmy umrzeć, dla jakich pasji moglibyśmy żyć, skoro nie odczuwamy nigdy bólu rozłąki i radości zdumienia?” (Melosik, 2005a: 69).

Równie piękny opis doświadczenia utraty przez człowieka ponowoczesnego punktów orientacyjnych (konkretnego ideału życia, wzoru życia), opis braku uprawomocnienia jakichś projektów tożsamości, światopoglądów, które przybierają postać współistniejących obok sie-

bie ofert, znaleźć można w następującym fragmencie: „Jeśli człowiek patrzy sam na siebie przez pryzmat estetyki, wówczas uświadamia sobie swoją jaźń w postaci wewnętrznie określonego, wielorako zróżnicowanego konkretnego bytu, ale wbrew całej tej wewnętrznej różnorodności, wszystko to razem wzięte stanowi jego istotę, mając jednakże prawo do wcielenia się w życie. Jego dusza podobna jest do gruntu, z którego wyrosły najprzeróżniejsze rośliny, mające wszystkie jednakie prawo do tego, aby dojrzeć; jego jaźń to ta właśnie różnorodność, a on nie ma innej jaźni ponad tę właśnie” (Kierkegaard, 1976: 304).

Człowiekowi estetycznemu przeciwstawia jednak Kierkegaard człowieka etycznego. Dla współczesnego poststrukturalisty byłby człowiek etyczny człowiekiem epoki nowoczesnej, choć nazwać by go trzeba raczej człowiekiem ideału uniwersalnego, jak uniwersalne wydaje się choćby chrześcijaństwo i wizja *Alter Chrystus*. „Kto żyje etycznie, ten wyraża w swoim życiu to, co ogólne, przekształca siebie w człowieka ogólnego” (Kierkegaard, 1976: 348); czy jeszcze inaczej: „kto wybrał siebie w sposób etyczny, ten sam dla siebie jest zadaniem do spełnienia, on sam dla siebie nie jest czczą możliwością czy zabawką dla kaprysów własnej samowoli” (tamże, s. 351), ale raczej odkrywa w sobie cel (własny obraz, idealną i rzeczywistą zarazem tożsamość) i stawia go sobie jako zewnętrzny wzorzec (ideał życia jako najwyższy poziom światopoglądu), który od tej pory staje się koncepcją dobrego życia, ideałem życiowym.

Dla niektórych filozofów człowiek estetyczny nie jest wytworem epoki ponowoczesnej, gdyż opór wobec **konieczności** — urzeczywistniania jakiegoś wzoru, uległości wobec uniwersalnych praw i reguł, zdobycia stabilnej, paradygmatycznej tożsamości — jest na wskroś nowoczesny, tak jak nowoczesna jest estetyzacja egzystencji i romantyczna ekspresja. Według A. Bielik-Robson (2000: 23), konieczność jest przednowoczesna i wynika z tradycyjnej mądrości, która wprowadza dyscyplinę i brak dowolności w każdy aspekt ludzkiego doświadczenia wewnętrznego. Zdaniem tej autorki, tradycyjną, przednowoczesną mądrość ilustruje ideał trzeźwej samokontroli, w której podmiot „trwa przy swoim” za wszelką cenę, oraz przeżycie mistyczne, podczas którego podmiot oddaje się potędze i zmienia się nie do poznania, ale nie jest to przemiana całkowicie spontaniczna. „Czy jest to trzeźwa samokontrola, czy porywające przeżycie mistyczne — zostają one poddane kształtującej je konieczności. Tymczasem autokreatywność nowoczesna jest nie tylko wolna od wszelkiego z góry określonego celu, lecz także od wszelkiej wewnętrznej regulacji” (Bielik-Robson, 2000: 19). Można sądzić,

że postmodernizm intensyfikuje ową potrzebę autokreacji, podkreślając jeszcze silniej niż nowoczesność potrzebę oporu wobec konieczności. Koniec końców, „człowiek estetyczny zatem to nie tylko Kierkegaardowski Don Juan, który życie spędza w wirze zmysłowych doznań [...]. To także — a może przede wszystkim — człowiek, który stoi *przed zadaniem stworzenia samego siebie*. To człowiek, który — czy tego chce, czy nie — skazany jest na autokreację; który nie może być tym, czym po prostu jest, ponieważ nic już nie istnieje »po prostu« — wszystko bowiem, co stałe, przechodzi w stan lotny i nie trwało. To człowiek, dla którego estetyzacja życia nie jest li tylko opcją, lecz paradoksalną koniecznością w świecie, gdzie nic już nie jest konieczne. Człowiek estetyczny jest więc prawdziwym mieszkańcem nowoczesności, którą rządzi zasada, że wszystko, co stałe, wyparowuje” (tamże, s. 19).

Dotychczasowe rozważania pokazują, jak silne powiązania istnieją między światopoglądem a tożsamością. W jakiejś mierze każda epoka wytwarza określony światopogląd (choćby czasy teocentryczne w wiekach średnich *versus* antropocentryzm w renesansie). Dominujący w danym czasie historycznym światopogląd kształtuje tożsamość całych mas ludzkich. Współczesne zjawisko przeniesienia spraw tożsamościowych na powierzchnię ciała (tatuaze, dieta, moda itd.) to efekt apoteozy cielesności, kultury indywidualizmu i skrajnego antropocentryzmu, silnie zaznaczających się w popkulturowym przekazie.

3. Światopogląd wyrażający się poprzez ludzkie ciało — reifikacja tożsamości

W kulturze współczesnej interesy ciała zajęły miejsce interesów duszy, a niebo oznacza raj dla ciała właśnie. To ciało jest pielęgnowane, to ciało jest na wysokim postumencie. Dusza jest pochodną ciała, w zdrowym i pięknym ciele przecież zdrowy i piękny duch.

T. Szlendak (2004)

Niniejszy podrozdział nie jest jakimś nowym refleksem marksizmu, który wszelkie ideały życia oraz ludzkie interpretacje otaczającej rzeczywistości wiązał z określonymi warunkami społeczno-ekonomicznymi. Rozważania mają na celu raczej ukazanie trzech wymiarów, w ramach których ludzkie ciało ma fundamentalne znaczenie dla treści naszego współczesnego światopoglądu. Jak zamie-

rzam dowieść, **ciało warunkuje tożsamość**, ta zaś jest elementem światopoglądu. Światopogląd to — oprócz opinii o świecie — opinia o sobie samym jako elemencie tego świata (dla egocentryka — najważniejszym elemencie świata). **Tożsamość w epoce postmodernizmu (czy też, jak wolą inni, jeszcze epoce późnej nowoczesności⁵) jest coraz częściej wyprowadzana z recepcji ciała**; definiujemy siebie coraz częściej poprzez cechy ciała, a nie kondycję naszego umysłu bądź ducha. Skoro zatem tożsamość jest elementem światopoglądu, to na treści światopoglądu w epoce postmodernizmu zaciążyło również ciało, które w większym stopniu niż umysł jest sposobem doświadczania przez nas świata, fizjologicznym laboratorium, w którym syntezuje się poglądy i ideały.

Z. Melosik pisze, że „w kulturze współczesnej tożsamość jest stopniowo wymywana z tego, co tradycyjnie nazywano umysłem lub duszą, i przenoszona »na powierzchnię« — zaczyna być odgrywana poprzez ciało. Niekiedy w procesach wizualizacji ciała tożsamość staje się ciałem. Tożsamość ciała staje się ciałem tożsamości. Tożsamość jest wówczas uosabiana poprzez wizualne reprezentacje” (1996b: 72). Nie inaczej, jak się wydaje, jest ze światopoglądem, który odczytywać można poprzez zróżnicowane wizualizacje; światopoglądem, który „odgrywany” jest poprzez ciało. Łańcuszek z krzyżem na szyi (wizualizacja światopoglądu chrześcijańskiego) nie powinien być jednak w dobie współczesnej odczytywany zbyt pochopnie jako znak chrześcijańskiej wizji rzeczywistości, podzielanej przez właściciela krzyża, gdyż ten ostatni bywa dziś również elementem ubioru (gadżetem, pustą semantycznie ozdobą ciała), jego znaczenie zaś niekoniecznie umiejscawiane jest w męce Jezusa Chrystusa. Naturalnie, nadal nie wyklucza to możliwości chrześcijańskiej pobudki, która — jako jedyna — mogłaby uzasadniać noszenie tego symbolu.

Manifestacyjną swobodę w ubiorze, szerokie spodnie z niskim, tzw. zbiegowanym, krokiem, bluzę z kapturem, luźną koszulę, sportowe obuwie i czapkę z daszkiem przykrywającą krótko ostrzyżoną głowę⁶ identyfikujemy ze współczesną kulturą hip-hopową i dającym się wyodrębnić specyficznym światopoglądem. Ten sposób noszenia się może być jednak (podobnie jak w przypadku chrześcijańskiego krzyża) jedynie modą, którą uzasadnia szansa zwrócenia na siebie uwagi innych ludzi, i nic ponadto.

⁵ Tak dzisiejsze czasy określa brytyjski socjolog Anthony Giddens (2001). Zwiążą zaś definicję tego terminu daje P. Sztompka, który pisze, że późna nowoczesność to „faza rozwoju formacji nowoczesnej, w której wszystkie jej cechy konstytutywne uzyskują najbardziej ostrą, skrajną postać” (Sztompka, 2002: 579).

⁶ Na temat elementów kultury hip-hopowej zob. R. Pawlak (2004: 25).

Określona tożsamość i światopogląd mogą wyrażać się poprzez ciało i jego ubiór, jednak przedmiotem moich rozważań zawartych w tym rozdziale jest inny fenomen społeczny. Coraz częściej dostrzega się dziś, że to ciało jako byt materialny zapośrednicza tożsamość i determinuje światopogląd. Beata Łaciak, badając obyczajowość polską czasu transformacji, zauważa, iż powstałe w Polsce nowe obyczaje (nowe formy rodziny, wzory macierzyństwa, zainteresowanie chirurgią plastyczną, nowe, amerykańskie święta itd.) mają w coraz mniejszym stopniu moralne i światopoglądowe usankcjonowanie. Co sankcjonuje zatem nowe obyczaje? Tradycyjnie to światopogląd (najczęściej religijny) i moralność nadawały ton obyczajowości. Dziś natomiast rozrywka, hedonizm i konsumpcja są dominującymi stymulatorami nowej obyczajowości, co wynika z karnawalizacji naszych czasów — sugeruje badaczka nowej obyczajowości polskiej, obserwowanej w wytworach kultury popularnej powstałej po roku 1989 (Ł a c i a k, 2005). Naturalna fizjologia ludzkiego ciała i ludzkie potrzeby stanowią dziś silniejszy czynnik, warunkujący obyczajowość i manifestowaną gadżetami światopoglądowymi wizualność, niż same przekonania światopoglądowe.

Kultura hip-hopu (rap, graffiti, break dance) odwołuje się do trudnych doświadczeń życia osiedlowego (w wielkich blokowiskach) i jako taka dowodzi prawdziwości przekonania o znaczącej roli ciała dla treści światopoglądowych. To z trudnych warunków życia wydają się wyrastać specyficzne życiowe ideały, o których śpiewają raperzy. Ludzkie ciała stłoczone na niewielkiej przestrzeni zdominowanej przez beton — przestrzeni, w której kumuluje się wiele patologicznych zjawisk z dziedziny ludzkiego współżycia — marzenia o swobodzie, której doświadczają nieliczni mieszkańcy wolno stojących domków, ulokowanych na przedmieściach miast, oraz świadomość ograniczonych szans na skorzystanie z nowoczesnego procesu suburbanizacji, wyrwanie się poza skupisko ludzkie, stłoczone w urągających jednostce warunkach osiedli z wielkiej płyty, konstytuują swoisty światopogląd. Ciało kształtuje światopogląd; światopogląd wyrażany jest poprzez ciało. Luźny ubiór członków wspomnianej subkultury wydaje się metaforycznie wyrażać potrzebę swobody i wolności. Doświadczamy rzeczywistości przede wszystkim poprzez nasze ciało. Rodzaj wrażeń, jakich ono doświadcza, odbieranych komunikatów na temat tego, jak powinno się ono prezentować, nie pozostaje bez wpływu na charakter naszych poglądów dotyczących otaczającej rzeczywistości. To, czego doświadcza nasze ciało, nie ma charakteru jedynie fizycznego czy biologicznego, ale nade wszystko ma charakter społeczny. Ciało zde-
rzające się z oporem rzeczywistości, brakiem możliwości zaspokojenia

wszystkich swoich potrzeb (także wyższych), napotyka atrakcyjne, społecznie konstruowane, propozycje poradzenia sobie z frustracją. Obecna w młodych ludziach potrzeba afiliacji i uznania trafia na subkulturowe oferty, które kształtując ciało, przynoszą oczekiwane zaspokojenie. Chęć samorealizacji napędza rynek poradników i kolorowych czasopism, których dyskurs ściśle określa, jak osiągnąć szczęście w życiu. Skoro dzień nowoczesnej kobiety powinien składać się z „gimnastyki, kontroli wagi, obliczania liczby kalorii, przygotowania jedzenia zgodnie z wymogami optymalnej diety, makijażu, demakijażu, wizyt u kosmetyczki, u fryzjerki, na siłowni, na basenie itp., itd.” (Kowalczyk, Zierkiewicz, 2002: 104), czyli treści odwołujących się do ideału piękna i zdrowia (swoiście pojętego), to dyskurs taki czyni doskonale ciało zasadą, która organizuje życie; **perfekcyjne ciało staje się elementem światopoglądu (ideału życia) obecnym w kobiecych czasopismach.** Ciało jest przedmiotem doświadczającym rzeczywistości i jako takie określa światopogląd, ale — co ważniejsze — ciało staje się także ideałem życia.

O procesie somatyzacji tożsamości — który odczytywać można jako współczesne zjawisko somatyzacji światopoglądu — pisze także A. Doda (podaję za: Leppert, 2005: 100). Dociekanie przyczyn tego fenomenu prowadzi do współczesnego kryzysu tożsamości i narcystycznego zapatrzenia się w siebie. Można by powiedzieć, że struktura „ja” kolonizuje jednostkowy obraz świata w ogóle i jego postrzeganie. Światopogląd kurczy się do spraw krążących wokół ciała, to jest zdrowia, ubioru, dobrostanu, odpowiedniego samopoczucia i wszystkiego tego, co oferuje świat dla lepszej kondycji ciała. Autorka stwierdza, że „człowiek współczesny potrzebuje rozmaitych ekspertów, żeby podpowiedzieli mu, jak ma żyć, a w efekcie tracąc coraz bardziej poczucie oparcia w strukturach zewnętrznych, zwraca się ku sobie. Ze względu na powiększający się brak wspólnie przeżywanego świata znaczeń w społeczeństwie, zmniejsza się rola tożsamości społecznej i wzrasta rola najbardziej pierwotnej tożsamości związanej z ciałem. Pojawia się swoista somatyzacja tożsamości” (tamże). Faktycznie na wzrastające zainteresowanie wizerunkiem (wyglądem) ciała wskazują badania (analiza prasy) B. Łaciak, która odnotowuje wzrost liczby artykułów poświęconych tej tematyce. „O ile na początku lat dziewięćdziesiątych w „Przyjaciółce” artykuły i porady dotyczące pielęgnowania urody pojawiają się sporadycznie, o tyle w latach 2000—2001 w każdym numerze zajmują od kilku do kilkunastu stron. Podobnie w „Twoim Stylu” — początkowo skromna rubryka zatytułowana „Sekrety młodości i urody” w ciągu dziesięciu lat przekształciła się w duży dział, stanowiący około 10—20% całości mie-

sięcznika [...]. We wszystkich analizowanych czasopismach niemal każdej części ciała poświęcone są odrębne artykuły zawierające wiele porad i poleceń. Dowiadujemy się, że włosy, oczy, usta, dłonie, dekolt, uda, pośladki, stopy, paznokcie, podbródek wymagają specjalnej troski, odpowiednich zabiegów i preparatów kosmetycznych, a zadbanie o każdą z tych części naszego ciała jest niezbędne dla zachowania urody i młodości” (Ł a c i a k, 2005: 205—206). Światopogląd rozgrywa się wokół ciała. Jak zauważa Z. K w i e c i ń s k i (2007: 214—218), również nauki humanistyczne w ostatnim czasie dokonały „zwrotu” ku problematyce ciała, czego autor ten dowodzi na przykładzie somatyzacji problematyki socjologii edukacji. Cieleśność dostrzegana w takich jednostkach analizy, jak płeć (feminizm, ekofeminizm, męskość, kobiecość, równouprawnienie), rasa, etniczność, preferencje seksualne, ojcostwo, macierzyństwo, zdrowie i choroba, to tematyka, która potrafi zdominować każdy kongres naukowy.

Czasem ubieramy nasze ciała, by dać wyraz metaforycznie naszemu ideałom. Coraz częściej jednak ideały wynikają z preferencji w zakresie wyglądu ciała — wyobrażeń na temat zdrowego i pięknego ciała. Określony styl życia, odżywiania, uprawiania sportu ceni się nierzadko tylko dlatego, że służy utrzymaniu odpowiedniej kondycji ciała. Kwestie (także światopoglądowe), które roztrząsa człowiek w epoce późnej nowoczesności, można sprowadzić do fizjologii codziennego funkcjonowania ciała. Z. M e l o s i k przypomina o współczesnej medykalizacji naszej codzienności, która kolonizuje ludzką świadomość. Przykładowo „współczesny mężczyzna zamiast »zdobywać świat« i »cieszyć się życiem« wsłuchuje się w swoje ciało, myśli o potencjalnych chorobach i sposobach ich uniknięcia [...]. Medykalizacja męskiej (jak również kobiecej) tożsamości (i ciała) dotyczy redukcji coraz większej liczby problemów i zachowań ludzkich do kategorii biomedycznych” (M e l o s i k, 2002a: 18). Nasze ciało zapośrednicza światopogląd, a nawet więcej — staje się jego podstawowym elementem, który kształtuje to, co znacznie częściej kojarzymy ze światopoglądem, czyli obraz świata oraz ideał życia.

Jednakże również światopogląd kształtuje ciało. Ideał życia i obraz świata odzwierciedlają się w ciele, co najwyraźniej objawia się w przedstawicielach kultury *no future*, czyli w pokoleniu *punk*. Antytotalitaryzm, antysystemowość, sprzeciw wobec wszelkich kanonów estetyki, wycofanie i nihilizm w sferze ideologii wyrażają się w symbolice ubioru: „fryzura w postaci czuba na głowie, elementy ozdobne wykonane z rzeczy uznawanych przeważnie za brzydkie (agrafki zamiast kolczyków, drut kolczasty, łańcuchy, ćwieki, szpilki [...] czarna skóra i srebrzyste metalowe gwoździe” (C l a r k, 2004: 231). Czy jed-

nak subkultura *punk* nie umarła wraz ze zwycięstwem wyborczym Margaret Thatcher w Wielkiej Brytanii (1979) i Ronalda Reagana (1980) w Ameryce oraz rozpadem zespołu Sex Pistols (1978)? — zapytuje, wierzący mimo wszystko w podskórne trwanie tej ideologii, D. Clark (tamże).

Drugi wymiar znaczenia ciała w procesie określania światopoglądu to wymiar powszechnego konsumeryzmu, który stając się w epoce późnej nowoczesności podstawowym celem ludzkiej aktywności i uzasadniając ludzkie życie, decyduje o treści światopoglądu człowieka współczesnego, któremu otaczająca rzeczywistość jawi się jako niewyczerpalne pole doświadczania przyjemności, nabywania dóbr oraz dążenia do wiecznie ulotnego statusu nasyconego konsumenta. Wolność, niezależność, autonomia to bodajże najczęstsze kategorie pojęciowe, które można wyróżnić, analizując prasę młodzieżową oraz treść muzyki, jakiej słucha młodzież. Niestety, w społecznej walce o kształt znaczeń — jak pisze Z. Melosik (1995a: 203) — wielkie korporacje odniosły gorzki sukces. Zdołały bowiem utożsamić wolność z „wolnością do konsumpcji”. Tak zrekonstruowane pojęcie wolności ma już niewiele wspólnego z tradycyjną polityką i aspiracjami modernizmu (czy też chrześcijańską wizją wolności). Łączone jest bowiem z doświadczaniem przyjemności i urzeczywistnianiem konsumpcyjnych marzeń; marzeń, które dotyczą ciała, jego usytuowania w przestrzeni społecznej, odbieranego od otoczenia szacunku czy też liczby otaczających go przedmiotów stanowiących o jego wygodzie lub prestiżu. To właśnie konsumpcja — jak pisze A. Radziejewicz-Winnicki (2001: 31) — korzystanie z różnych usług stały się współcześnie tym, co jest podstawą samookreślania się jednostek, narzędziem odkrywania w uniwersum społecznej przestrzeni ich własnej tożsamości. Nawet tak duchowy wymiar społecznej aktywności, jak religia, podlega prawom konsumpcji i — jako jeden z przejawów ludzkiego życia wewnętrznego — zostaje nierzadko sprowadzona „na powierzchnię ciała”. Jak pisze T. Szlendak (2004: 129) w książce poświęconej przejawom współczesnej komercjalizacji i konsumeryzacji seksu i religii, „nowa, konsumencka religijność zaczyna wiązać się nie tyle ze sprawami ducha, ile ze sprawami ciała. Nastawiona jest nie tyle na wewnętrzne przeżycie czy spotkanie z Bogiem, ile na wspólnotowe doświadczenie świętości. Nakierowana jest nie tyle na cichą kontemplację, ile na ekstazę wspólnych »trybalnych« śpiewów”. Sprowadzenie światopoglądu religijnego na „powierzchnię ciała” widać najwyraźniej w zjawisku, które T. Szlendak opisuje jako rozkwit tatuażu religijnego w Ameryce. Tatuaż taki „podkreśla wyjątkowo dobitnie przynależność grupową nosiciela, łączy go tym

samym ze wspólnotą, mimo wszystko jednak wyraża też jego »indywidualność«, a poza tym odstaje od zunifikowanego, nudnego, »staroparadygmatycznego« wyrażania własnego zaangażowania w religię. Tatuaż jest też towarem, który można kupić, aby zaprezentować swoją przynależność do któregoś ze stylów życia» (tamże, s. 131).

Trzeci wymiar, w którym światopogląd jawi się jako pochodna kondycji ciała czy po prostu przekształca się w kompendium wiedzy o ciele oraz zmaterIALIZEDY efekt współczesnej apoteozy cielesności, związany jest z dychotomią naszej cielesności, czyli z męskością i kobiecością jako determinantami światopoglądu. Oto współczesny styl życia⁷ bardziej wyrasta z orientacji seksualnej niż z podzielanej ideologii czy ideowości: „[...] słowo »gej« stało się inspiracją dla coraz szerszego traktowania seksualności jako aspektu tożsamości jednostki. Każdy ma jakąś seksualność, gejowską bądź nie, którą można refleksyjnie ująć, przemyśleć i rozwijać. [...] seksualność stała się plastycznym aspektem »ja« jednostki, kluczowym punktem, który łączy jej ciało, tożsamość i system norm społecznych» (Giddens, 2006: 25—27). Także światopogląd mocno osadzony jest w płci i jej spektaklach. Współcześnie ideałem życiowym częściej będzie określone „noszenie się”, moda niż podzielenie jakichś idei; coraz rzadziej motorem działań współczesnego człowieka będą esencjonalne przekonania komunizmu, kapitalizmu, chrześcijaństwa czy demokracji. Mocniej wydaje się angażować młodego człowieka pytanie, w czym zaprezentować się w szkole, co jest aktualnie „in”, a co „out”. Pytanie to należy sobie ciągle stawiać na nowo, zgodnie z logiką bycia „na topie”, bycia „trendy”. Wraz z pokoleniem nastolatków i dwudziestoparolatków pytanie to stawiają sobie niektóre wielkie korporacje, których zysk wiąże się immanentnie ze stylem życia młodzieży, czyli głównie z określoną modą na określony wygląd ciała. „Podobnie jak we wszystkich szkołach na świecie, pytanie »czy jestem cool?« wyparło wszystkie inne kwestie, rozbrzmiewające echem nie tylko w klasach i szatniach, lecz również w salach konferencyjnych i podczas roboczych spotkań na korporacyjnych szczytach” — pisze walcząca z uniformizacją N. Klein (2004: 86). Światopogląd, czyli niegdyś zwłaszcza przynależność do określonej szkoły myślenia, staje się dziś

⁷ Przez styl życia rozumiem — za L. Dyczewskim — „motywacje życiowe, a więc uwewnętrznione wartości, cele, dążenia życiowe, aspiracje, a także wybierane, tworzone bądź biernie przyjmowane przedmioty, uznawane miejsca i wydarzenia, stosunek do rzeczywistości wewnętrznej i do samego siebie [...] typ stosunków międzyludzkich, postawy wobec pracy, znaczenie czasu wolnego i formy jego spędzania, stosunek do dóbr kultury i całego społeczeństwa” (Dyczewski, 1995: 150—151).

bardziej kwestią odpowiedniego wdrożenia w adekwatny wygląd ciała. Seksualność jest tu wdzięcznym do rozważań przykładem stylizacji ciała. Z. Melosik (2002) w książce *Kryzys męskości w kulturze współczesnej*, pisząc o przemianach kulturowych w zakresie percepcji i kreacji tego, co zwykliśmy nazywać męskością, zwraca uwagę na wiele zjawisk, które sprowadzają współczesny dyskurs na temat męskości na obszar cielesności (zjawisk takich, jak: obowiązek depilowania ciała, odzyskiwania podważanej przez kulturę feminizmu męskości poprzez stosowanie viagry, uprawianie kulturystyki, wchodzenie w rolę macho czy potwierdzanie męskości w trakcie wyjazdów o charakterze seksturystyki). Przesycenie literatury popularnej (zwłaszcza czasopism młodzieżowych, takich jak „Bravo”, „Dziewczyna”, „Twist”) tematyką ciała i seksu wskazuje na silną seksualizację ludzkiego życia. Oto tożsamość seksualna staje się głównym elementem tożsamości w ogóle, a zatem również rdzeniem światopoglądu, który wydaje się uprzedzać procesy konstytuowania się tożsamości. Panseksualna oferta światopoglądowa to liczne reportaże, zwierzenia, historie miłosne i porady, krążące wokół doświadczeń seksualnych, obrazu świata, w którym „podobanie się” i odpowiednie „uwodzenie” partnera stanowi codzienną konieczność, warunkującą osobiste poczucie szczęścia, oraz wokół ideału życia, którym — ostatecznie — jest seksualne skonsumowanie idealnego partnera. „Wygląd, strój, kosmetyki wydają się ważniejsze niż wnętrze, charakter, wartości. Potem dziewczyna eksponuje swoje ciało, nie rozumiejąc, że zainteresowanie chłopaka jej gołym pępkiem i obcisłą bluzką nie oznacza zainteresowania jej osobą” — pisze krytycznie Szymon Grzelak (podaje za: Sz w a r c, 2005). Współczesna seksualizacja codzienności (nadawczej codzienności kultury popularnej) jest zresztą rezultatem trwającego już dłuższy czas trendu historycznego. W latach pięćdziesiątych (raport Kinseya) nastąpiło „odkrycie seksualności kobiecej” — pisze Z. Melosik (2002a: 66) — i seksualnej „przyjemności kobiet”. W kolejnych latach, wraz z ideologią kontrkultury i wynalezieniem tabletki antykoncepcyjnej, młode pokolenie „zakwestionowało całkowicie dominujące dotychczas w społeczeństwie normy i zasady regulujące seksualność”. Pojawił się „seksualny hedonizm” pod przewodnictwem idei „seksu rekreacyjnego”, oderwanego od prokreacji i miłości, którego celem stała się „przyjemność sama w sobie”. „Zakwestionowanie dawnych — wyznaczających moralne granice myślenia, fantazji i zachowań — tabu i norm w sferze seksualnej prowadzi do zwiększania roli seksu jako składnika tożsamości”. Dowodzą tego wszystkie ilustrowane czasopisma rozpisujące się o seksie i wystarczy — jak pisze Leszek Bugajski (2006: 10) — porównać ilość szpalt

poświęcanych temu niewątpliwie ważnemu oraz przyjemnemu zajęciu, by wiedzieć, jaki jest kierunek przemiany. Niepohamowana agresja, seks, żarcie, troska o cielesność. Stare, a nawet najstarsze — wraca. Recykling... Młodzieżowy przekaz kulturowy sugeruje, iż doświadczenie seksualne nie jest już celebrowaniem wydarzenia, które ma wyjątkową estymę i wprowadza w świat dorosłości, lecz jest kwestią kolekcjonowania seksualnych epizodów.

4. Popularne dyskursy światopoglądowe

Teksty utworów muzyki popularnej mogą często powiedzieć więcej o świecie młodzieży niż zaznaczone w ankiecie odpowiedzi.

W. Jakubowski (2006)

Granice mego języka oznaczają granice mego świata.

L. Wittgenstein (1970)

Pojęcie dyskursu w naukach humanistycznych pojawia się ostatnio nie mniej często niż pojęcie kultury czy tożsamości⁸. Jak pisze T.A. van Dijk (2001: 9), analiza dyskursu stała się nawet niezależną dyscypliną naukową. „W perspektywie socjologicznej analiza dyskursu uwypukla fakt, że społeczne i polityczne instytucje, organizacje, stosunki grupowe, struktury, procesy, zwyczaje i inne ważne zjawiska powinny być też rozpatrywane na poziomie swoich faktycznych przejawów, artykulacji albo realizacji w dyskursie, rozumianym jako zastosowanie form językowych, komunikacja oraz interakcja” (van Dijk, 2001: 43). Dyskurs jest w swej istocie użyciem języka służącym komunikacji. Na gruncie socjologii szeroką jego definicję przedstawia M. Czyżewski, pisząc, iż „dyskurs traktować można jako całokształt przekazów znajdujących się w społecznym obiegu, a więc jako obszar komunikowania się w życiu codziennym, czyli dyskurs potoczny (np. konwersacje przy rodzinnym stole, telefoniczne rozmowy przyjaciół), obszar komunikowania się w ramach instytucji, czyli rozmaite dyskursy instytucjonalne (np. rozprawa w sądzie, posiedzenie rady nauczycielskiej), obszar komunikowania się właściwy dla rozmaitych »światów społecznych« (np. wieczory literackie, spotkania

⁸ Rozważaniom na temat użyteczności pojęcia dyskursu w rozumieniu współczesnych zjawisk społecznych poświęcony jest jeden z numerów czasopisma „Kultura i Społeczeństwo” (2004, nr 1).

biznesmenów, rozmowy członków subkultury punk), jak i obszar środków masowego przekazu (np. gazeta codzienna lub telewizyjny »talk show«)» (podaję za: Grzymała-Kazłowska, 2004: 17–18). Przytoczona definicja wydaje się akcentować elementy ekspresyjne i lingwistyczne w dyskursie. Bardzo często ujmuje się dyskurs właśnie w ten sposób, jako formalno-strukturalną organizację przekazu i strategię tworzenia tekstu (tamże). Analiza światopoglądu w przekazie muzycznym oraz czasopiśmie dla młodzieży każe jednak pojmować dyskurs na sposób filozoficzny i pedagogiczny. Na gruncie filozofii dyskurs definiowany jest jako „wewnętrznie spójny system znaczeń, dominujący w jakiejś formacji kulturowej, który określa sposób postrzegania i konceptualizacji świata w danym czasie” (Podsiad, podaję za: Grzymała-Kazłowska, 2004: 17). Pedagogiczna definicja dyskursu podana przez W. Okonia (2004: 90)⁹ bardzo słabo akcentuje element aksjologiczny, kluczowy dla analizy światopoglądu, dlatego chciałbym zaprezentować następujące autorskie ujęcie tego pojęcia. Dyskurs o charakterze światopoglądowym i zarazem wychowawczym byłby przekazem, w którym zaznacza się funkcja nauczania (dydaktyzm), naprowadzania na określoną teleologię i wskazywanie określonych wartości, przemycanie określonej wizji świata i modelu życia (ideału życia). Jako taki, dyskurs światopoglądowy jest wyrazem (ekspresją) określonego doświadczenia życiowego związanego z konkretną przestrzenią i czasem. W literaturze pedagogicznej ujęcie bliskie zaprezentowanego znaleźć można w studium L. Witkowskiego, według którego „dyskurs wychowawczy jest z konieczności normatywny, tj. usiłuje przedstawić jakąś perspektywę myślową, na gruncie której formułuje odpowiedzi na pytania, jak należy postępować, jakimi kryteriami się kierować w przypadku konieczności wyboru między odmiennymi postawami, jakie wartości postrzegać i realizować w życiu” (2000: 117).

Wprowadzając pojęcie dyskursu, mamy na myśli najczęściej jakąś wypowiedź (akt mowy) bądź tekst pisany. Podstawową dystynkcją, która odróżnia dyskurs jako akt mowy od dyskursu pisanego, jest dokonująca się w tym pierwszym żywa interakcja w określonej sytuacji społecznej. I chociaż w przypadku dyskursu pisanego uprawnione jest również mówienie o zachodzącej komunikacji, która nie wyklucza przecież możliwości odpowiedzi (najczęściej odroczonej w czasie), to dyskurs ten cechuje mniejsza dynamika (van Dijk, 2001: 9–12). Tutaj interesuje mnie zastosowanie tego pojęcia nie tyle jako termi-

⁹ Autor pisze o dyskursie jako rozmowie, dyskusji, przemówieniu i systemie wymiany znaków między zbiorowymi uczestnikami.

nu, który należy konotować z samym użyciem języka (a zatem z wymiarem lingwistycznym dyskursu, w którym analiza związków syntaktycznych czy teoria znaku może stanowić interesujący przedmiot badawczy), ile jako termin, który odsyła do idei, przekonań, zawartych w określonym akcie mowy bądź tekstu. Referencja¹⁰ obecna w dyskursie kultury popularnej, której poświęcona jest niniejsza praca, dotyczy światopoglądu jako ogólnych wyobrażeń o otaczającym świecie. Interesującym zagadnieniem wydaje się dyskurs jako komunikacja o określonej treści (zawartości ideowej). W prezentowanym opracowaniu pomijam aspekt językowy (skądinąd ciekawy problem kodu ograniczonego i wypracowanego, jaki śledzić można w przejawach kultury popularnej) oraz aspekt interakcyjny dyskursu światopoglądowego.

Jednym z najwyraźniejszych dyskursów czasu późnej nowoczesności, który daje się zidentyfikować w przejawach kultury współczesnej (czasopismach kobiecych, serialach telewizyjnych, wreszcie rozprawach naukowych) — zawierający duży ładunek ideowy i światopoglądowy — jest **dyskurs feministyczny**. Odwołuje się on do patriarchalnej przeszłości kultury północnoatlantyckiej, w której dla kobiet jako istot biernych, delikatnych i kruchych zarezerwowano przestrzeń ogniska domowego, a dla silnych i zaradnych mężczyzn — przestrzeń publiczną (zawodową, eksploratorską itd.)¹¹. Wydaje się, że dyskurs feministyczny stoi na stanowisku konstruktywizmu społecznego i jako taki „tropi” przejawy opresyjnych dyskursów kobiecości, które arbitralnie definiują naturę kobiety i sposoby, w jakie kobiety powinny tę naturę urzeczywistniać. Krytykowany przez dyskurs feministyczny esencjalizm dyskursu kobiecości umieszczać można w kontekście relacji społecznych stosunków władzy i dominacji oraz w próbach odpowiedzi na pytanie, jakie sposoby bycia kobietą są „dozwolone” — promowane w kulturze wyższej, jak i popularnej — a jakie marginalizowane (G r o m k o w s k a, 2002). Formuła K.K.K. definiująca powołanie kobiety, a przypisywana cesarzowi Wilhelmowi, czyli „Kinder, Küche, Kirche” (G o m b r o w i c z, 1988: 188), wydaje się najlepiej ujmować rzeczywistość, przeciwko której występuje ruch feministyczny (dyskurs feministyczny). Na obraz świata obecny w tym dyskursie składają się różne formy, przykłady i dowody na uciemiężenie żeńskiego pierwiastka oraz opis seksistowskich praktyk

¹⁰ Referencja „to sposób, w jaki dyskurs i jego znaczenia odsyłają do tzw. przedmiotów odniesienia (referentów), czyli do rzeczywistych lub wyobrażonych wydarzeń, o których ludzie mówią” (van Dijk, 2001: 19).

¹¹ Rozważaniom na temat historycznego kształtowania się (re)prezentacji kobiecości poświęcona jest praca A. G r o m k o w s k i e j (2002).

jako mechanizmu wykluczania owego pierwiastka z życia publicznego i obecności w głównym nurcie historii. Idealem życia wpisanim w ten dyskurs wydaje się równa reprezentacja płci we wszystkich sferach życia społecznego. Feministyczne badaczki śledzą przejawy społecznego tworzenia obrazu kobiecości, stosując analizę treści do badania „książek dla dzieci, bajek, tablic reklamowych [...] dziecięcych prac plastycznych, mody, kartek pocztowych, podręczników dziewczęcych drużyn skautowych, działań artystycznych, retoryki gazetowej, rejestrów szpitalnych, publikacji badawczych, podręczników ze wstępu do socjologii oraz cytatów” (Babbie, 2004: 342). Wszystko po to, by ilustrować, jak potężny i totalny napór (męskiej) kultury sprawia, że niewiele kobiet ma szansę wyzwolić się od społecznych reprezentacji, w których dowiadują się, co oznacza być kobietą — upiększać się dla mężczyzn, żyć dla mężczyzn, aspirować do założenia małżeństwa i posiadania dzieci, postrzegać inne kobiety w kategoriach konkurencji itd. (Gromkowska, 2002). Wszelkie teksty-wypowiedzi, które zmuszają kobiety do robienia makijażu, depilowania się i perfumowania oraz brania odpowiedzialności za obowiązki domowe, należy uznać za przejaw określonego dyskursu kobiecości, natomiast teksty-wypowiedzi przeciw temu występujące nazwać można dyskursem feministycznym. Nawiasem mówiąc, dyskurs feministyczny wydaje się jednym z dyskursów kobiecości i o kobiecości. Amerykańska feministka Judith Butler postawiła tezę o performatywnym wytwarzaniu podmiotowości i płci w procesie określonych praktyk dyskursywnych. J. Butler idzie dalej niż większość feministek i krytykuje przyjęte przez nie założenie o „istnieniu nieuwarunkowanego społecznie czy kulturowo ciała wyposażonego w płeć biologiczną, do którego w jakiś magiczny sposób przyłącza się skonstruowaną płeć kulturową (konstytuującą się w procesie naznaczonym konfliktami i sprzecznościami)” (podają za: Elliot, 2007: 143). Według J. Butler, kobiety odgrywają siebie (dotyczy to także mężczyzn) w procesie imitacji i odwzorowywania reprezentacji kobiecości w kulturze; reprezentacji, które są efektem określonego dyskursu: „[...] kroniki towarzyskie w gazetach i czasopismach poświęcają coraz więcej miejsca opisom strojów i sukien ślubnych, zwłaszcza w przypadku ceremonii zaślubin, w których biorą udział ludzie bogaci i sławni. W opisie sukni panny młodej nie można pominąć najdrobniejszego nawet szczegółu, głębokości dekoltu, nakrycia głowy, welonu czy bukietu kwiatów. W istocie można by stwierdzić, że to właśnie za pośrednictwem wyeksponowania ubioru oraz towarzyszącej mu z konieczności inscenizacji płci kobieta staje się »panną młodą«” (tamże). Teoria performatywnej jaźni wskazuje na mechani-

zmy tworzenia się tożsamości kobiety. W tym konkretnym przypadku dyskurs feministyczny śledzi dyskursy o charakterze performatywnym (jest dyskursem o dyskursach).

Dużą popularnością cieszy się współcześnie również **dyskurs poradnikowy**. Jest on obecny wszędzie tam, gdzie specjalista z jakiejś dziedziny radzi i pomaga zwykłym ludziom optymalizować ich codzienne czynności życiowe. Zwykli ludzie mają bowiem w tej dziedzinie wiedzę mniejszą niż ekspert. A. Giddens podkreśla duże znaczenie systemów eksperckich w ponowoczesnym konstruowaniu „refleksyjnego projektu”, jakim jest tożsamość każdego człowieka doby ponowoczesnej, człowieka skazanego na ciągłe dokonywanie życiowych wyborów w warunkach ryzyka i niepewności. Systemy eksperckie „przeniknęły właściwie wszystko: dotyczą tego, co jemy, lekarstw, które zażywamy, domów, w których mieszkamy, środków transportu, z których korzystamy, i całego mnóstwa innych aspektów życia społecznego w warunkach nowoczesności. Systemy eksperckie nie są przy tym ograniczone do dziedzin ekspertyzy technicznej. Obejmują swym zasięgiem same relacje społeczne i sekrety osobowości” (Giddens, 2001: 27). Właśnie niuanse życia społecznego i relacje międzyludzkie są przedmiotem, któremu poświęcony jest dyskurs poradnikowy (eksperscki) obecny w kulturze popularnej. „W dialogach polskich seriali często kryją się rozmaite instrukcje — jak należy parkować samochód, by utrudnić zadanie złodziejowi; w jaki sposób manipulować ceną towaru, by skusić klienta promocją; jak ważne dla zdrowia przyszłego dziecka są odpowiednio wczesne badania ultrasonograficzne; co robić w trakcie otwartego złamania podudzia; jak postępować z dzieckiem z zespołem ADHD i na czym ów zespół polega; jakie są objawy autyzmu; do czego upoważnia Zielona Karta w sytuacji wygrania loterii wizowej i oczywiście że powinno się zawsze myć ręce przed jedzeniem” (Jakubowski, 2006: 185). Można wręcz mówić o autorytecie medialnym (Biernat, 2006: 119). „Współczesny człowiek często mówi, myśli i działa, sugerując się wypowiedziami mediów, nie zawsze czyni to w pełni świadomie (publicyści określają światopogląd ludzi, którzy swój obraz świata formułują na podstawie telewizyjnych przekazów, »światopoglądem telewizyjnym«). Autorytet medialny trudno zlokalizować, jest on w znacznej mierze odpersonalizowany, a co za tym idzie, pozbawiony odpowiedzialności. Nie ma charakteru osobowego, lecz stanowi pewnego rodzaju uogólnioną sumę różnorodnych wpływów pochodzących z wielu źródeł” (tamże). Porady krążące w przestrzeni popkulturowej mają nierzadko wyraźne ideologiczne podłoże i są konsekwencją określonego światopoglądu — zwłaszcza jeśli chodzi o porady natury moral-

nej. Porady np. w serialu *Plebania* będą miały charakter teistyczny i będą wynikać ze społecznej nauki Kościoła katolickiego. Dostrzegła to E. Zierkiewicz, pisząc ogólnie o poradnikach jako o tekstach, w które „wpisana jest ideologia społeczna, to znaczy określone cele, wartości i normy kulturowe charakterystyczne dla danej grupy czy społeczności, w której teksty te powstają. Poradniki mają więc charakter przekazów zachowawczych, odtwarzających pewien ład społeczny i jest to ich funkcja regulatywna. Poradniki mogą jednak także kształtować określony system przekonań, mogą wpływać na zmianę światopoglądu potencjalnych odbiorców, mogą być wprzężone w propagowanie ideologii politycznej” (podaję za: Jakubowski, 2006: 186).

Dyskurs poradnikowy ma charakter światopoglądowy. Nade wszystko jednak dyskurs poradnikowy, który M. Jacyno nazywa dyskursem terapeutycznym, „zapuszcza się” w tajniki świata wewnętrznego — coraz bardziej pogubionego w świecie zewnętrznym — współczesnego człowieka. „Dyskurs terapeutyczny pełni modelujące funkcje wobec procesu konstruowania tożsamości przez jednostki, podpowiada wzory »zajmowania się sobą«, podaje rytm i tempo »pracy nad sobą«, problematyzuje i projektuje realizację fundamentalnych dla kultury indywidualizmu wartości — wolności, samorealizacji, szczęścia, autentyczności, świadomości, rozwoju osobistego, sukcesu, osobowości, zdrowia i pracy. W księgarni półki uginają się od książek zawierających nauki mistyków, podręczników trenowania umysłu, poradników dietetycznych, przewodników medytacji »leczących ciało i duszę« oraz literatury poświęconej oczyszczaniu organizmu, sztuce świadomego oddychania, wizualizacjom sukcesu, wykorzystaniu »potęgi podświadomości«, osiąganiu orgazmu, odkrywaniu w sobie »wewnętrznego dziecka«, wyzwalanii się z toksycznych relacji, uwalnianiu się od karmy, uczeniu się asertywności, afirmacjom pieniędzy, odbywaniu podróży astralnych i pokonywaniu nieśmiałości w »kapitalistycznym kosmosie«” (Jacyno, 2007: 15).

Przedmiotem mojego zainteresowania badawczego są dyskursy światopoglądowe obecne w tekstach muzycznych i treściach czasopism. Obserwowana wśród młodzieży popularność takich czasopism, jak „Bravo”, „Bravo Girl”, „Victor Gimnazjalista” (dwutygodniki) oraz „Twist”, „Filipinka”, „Dziewczyna”, „Popcorn” (miesięczniki) — dowiedziona w toku badań statystycznych¹² — uzasadnia ukierunkowanie badawczej uwagi właśnie na nie. Ten dyskurs światopoglądowy nazy-

¹² Zob. Polskie Badania Czytelnictwa, przedstawiane w każdym numerze miesięcznika „Press” (np. 2005, nr 10).

wać będę od tej pory **dyskursem *coolтуры nastolatka***. Spośród treści muzycznych wyodrębnić można przykładowo światopoglądowy **dyskurs *hip-hopowy***. Pierwszy, jak postaram się wykazać, jest dyskursem ponowoczesnym. Drugi zaś (*hip-hopowy*) jest jeszcze dyskursem nowoczesnym. Esencjalizm amerykańskiego rapu opiera się na „czarnym nacjonalizmie” i „zmitologizowanym poczuciu wyższości nad kulturą białych” (M e l o s i k, 1996a: 139). Esencjalizm w wydaniu polskim dostrzec można w przekonaniu o autentyczności i wyjątkowości kultury *hip-hopu* w relacji do nieautentycznej kultury *hip-hopolo* (tworzonej przez tych, którzy nic nie rozumiejąc z kultury *hip-hopu*, przyklejają sobie jego etykiety, bo jest to bardzo opłacalne w dobie popularności i komercjalizacji tego nurtu subkulturowego) oraz w opozycji tej kultury do „chorej” i anomicznej rzeczywistości polskiej. Oczywiście pewien ślad ponowoczesności w kulturze *hip-hopu* odkryć można w synkretycznej warstwie dźwiękowej rapu oraz w niektórych innych elementach tej kultury, np. w *break dance*. „Muzyczna masakra uprawiana przez muzyków rapu stawia ich w rzędzie dekonstrukcjonistów. Ich twórczość niszczy iluzję stabilności i integralności popularnych form muzycznych” (tamże, s. 141). *Samplowanie*, czyli „utrwalanie w pamięci samplera wybranego wycinka dowolnego zapisu dźwiękowego: utworu muzycznego, czytanego tekstu, nagrania reporterskiego, szczekania psa, a nawet ulicznego czy fabrycznego hałasu” (P a w ł a k, 2004: 20), co służy następnie raperowi jako podkład muzyczny, to element jawnie poststrukturalny w *hip-hopie*. Jednak w warstwie dyskursu (dyskurs jako akt mowy, wypowiedź, *freestyle*), a zatem w zawartości ideowej, światopoglądowej (treści utworów) *hip-hop* jest nowoczesny.

Dyskurs *coolтуры nastolatka* można nazwać nurtem wypowiedzi postsubkulturowej, ponieważ lansowany tu światopogląd nie wyraża w istocie żadnego konkretnego światopoglądu; jest on raczej czystą zabawą zorientowaną na kreowanie modnych wizerunków ciała (tym jest ideał życia obecny w tym dyskursie). Termin postsubkultury zaczerpnąłem z prac D. Muggletona (M u g g l e t o n, W e i n z i e r l, 2004; M u g g l e t o n, 2004), który wieszczy śmierć tradycyjnej subkultury utożsamianej z politycznym oporem (kontestacją), stałością poglądów i wizerunku oraz wyraźną grupową identyfikacją. Tych stabilnych fundamentów brakuje postsubkulturze. Według D. Muggletona, członek postsubkultury „surfuje po stylach”, przyjmuje różne tożsamości zaczerpnięte z różnych subkultur (zwalczających się nie rzadko w kwestii podstawowych aksjomatów) i nie widzi w tym żadnej sprzeczności, ponieważ nie dysponuje on żadnymi stałymi zasadami ani ideologicznym zaangażowaniem; interesuje go jedynie

stylistyczna gra (Muggleton, 2004: 63). Styl członka postsubkultury, który dostrzec można w dyskursie *coolturny nastolatka*, nie podkreśla w istocie żadnych wartości, chyba że za wartość uznamy moralny permissywizm, względność, swoisty makiawelizm czy afirmację konsumpcjonizmu¹³. W kontekście analizy dyskursu postsubkulturowego trudno mówić o jakiejś stałej wizji świata (światopogląd ma charakter płynny, tj. obraz świata w tym dyskursie ulega fragmentaryzacji, a ideał życia to kwestia nowej mody na określony wizerunek ciała). „Dla członków postsubkultur widowiskowe oznaki zewnętrzne danego stylu stanowią prawo wstępu na bal przebierańców, maskaradę, drogę hedonistycznej ucieczki w fantazję »kultury blitz«, które cechuje polityczna obojętność” (tamże, s. 65). Inaczej możemy jeszcze powiedzieć o czytelnikach prasy typu „Bravo”, „Popcorn” oraz o reprezentantach postsubkulturowości, że „nie interesują się polityką, problemami ustrojowymi (kapitalizm, socjalizm czy dyktatura, anarchia) czy sprawami Kościoła. Nieciekawe są dla nich problemy ekonomiczne, nie są też zainteresowani wiedzą potrzebną do podejmowania własnej działalności gospodarczej (przedsiębiorczość). Czytelnikom są raczej obojętne problemy związane z życiem duchowym, chociaż jednocześnie w zdecydowanej większości deklarują, że są religijni, inaczej nawet uczestniczą w praktykach religijnych. Interesujące są natomiast dla nich takie tematy, jak seks inaczej życie intymne, moda inaczej pielęgnacja urody, praktyczne porady życiowe, plotki, ciekawostki inaczej skandale towarzyskie, katastrofy inaczej sensacje, horoskopy inaczej sport” (Bobrowska, 1999). Zainteresowanie sferą publiczną jest minimalne; skoro już jednak dyskurs ten wychodzi poza sferę prywatną, to nie po to, by zajmować się dobrem wspólnym czy sprawami szerszej zbiorowości, lecz by zaczerpnąć z tej sfery inspiracje, które urozmaicają prywatną konsumpcję.

Dyskurs prasy kolorowej wyjaśnia dobrze teoria postmodernistyczna, która stawia w tym kontekście tezę o zanikaniu subkultur. Według teorii postmodernistycznej (Richardson, 2005: 21), złota era subkultur przeminęła, ponieważ żyjemy w świecie zbyt wielu opcji i wyborów. T. Polhemus (1997) utrzymuje, że współczesna młodzież jest mniej zaangażowana w jeden konkretny styl; niechętna jest także do przybierania jednej subkulturowej etykiety. Młodzież przechadza się zatem po supermarkecie dobrze zaopatrzonym w różne style, dokonując tymczasowych i niekoniecznych wyborów. Nasza epo-

¹³ Między innymi takie modele moralności wpisanej w teksty najpopularniejszych czasopism młodzieżowych wyróżnił w swojej pracy badawczej P.T. Nowakowski (2004).

ka — a wraz z nią prasa kolorowa — zdaje się sugerować na każdym kroku: „Znużyło cię bycie, kim jesteś? Zapragnąłeś być kimś innym? Nic trudnego — a w każdym razie nie na tyle, byś nie mógł zadaniu podołać. Pospaceruj po zakupowym deptaku (czyli shopping mallu), a znajdziesz wszystko, co do rynsztunku tożsamości innych, a bardziej ponętnych od twojej, należy. Dokonaj zakupu, przeczytaj uważnie instrukcję, wróć do domu i poćwicz przed lustrem, zanim w nowym wcieleniu pokażesz się ławie przysięgłych kolegów” (B a u m a n, 2006). W odróżnieniu od zorientowanego na tradycyjne wartości dyskursu *hip-hopowego*, idea szczęścia zawarta w dyskursie *coolтуры nastolatka* przypomina — używając terminu Z. Melosika — „euforię supermarketu”. Szczęście w umysłach milionów ludzi nie polega już na udanym życiu rodzinnym, duchowości religijnej czy sukcesie zawodowym, lecz utożsamiane jest z „natychmiastową gratyfikacją”, związaną ze stylem życia typu „shopping” (z „udanymi zakupami”, „byciem na czasie” oraz interesującym i ekscytującym stylem życia) (M e l o s i k, 2005b: 115).

Zupełnie inaczej przedstawia się światopogląd wpisany w dyskurs *hip-hopowy*. Jest to subkultura *par excellence*, co znaczy, że jej zbiorowość identyfikuje się z pewnym, stałym systemem wartości (konstytuuje on ideał życia, który najkrócej określić można jako solidarność ze „swoimi”, a więc lojalność, dalej „wyrwanie się” z blokowiska jako nie tyle synonimu samej przestrzeni miejskiej, ile symbolu patologicznej organizacji życia) oraz podziela wspólny obraz świata (skorumpowanego w sferze publicznej i brutalizowanego w sferze prywatnej). Oba dyskursy (*coolтуры nastolatka* oraz *hip-hopowy*, tj. postsubkulturowy i subkulturowy) odzwierciedlają w sferze różnic podstawowe dystynkcje zachodzące między ponowoczesnością (postmodernizmem) a nowoczesnością (modernizmem). Zamieszczone dalej zestawienie ujmuje je w formie esencjonalnej¹⁴. Wskaźniki ponowoczesności można czytać jako charakterystykę dyskursu *coolтуры nastolatka*, a wskaźniki nowoczesności — jako charakterystykę dyskursu *hip-hopowego*. Powstaje w ten sposób, jak mierniam, obraz podstawowych różnic (także światopoglądowych, które zaznaczone są pogrubioną czcionką) między omawianymi dyskursami.

Warto zwrócić uwagę na tę cechę dyskursu nowoczesnego, którą jest homogeniczność stylu. Otóż dyskurs *hip-hopowy* jako dyskurs nowoczesny wykazuje w tym względzie pewne zróżnicowanie. Homogeniczność stylu nie dotyczy synkretycznego brzmienia rapu, zawiera

¹⁴ Stanowi ono zmodyfikowaną formę tabeli znajdującej się w pracy D. M u g - l e t o n a (2004: 69).

Przeciwstawność formuł kulturowych: nowoczesność a ponowoczesność

Nowoczesność (dyskurs <i>hip-hopowy</i>)	Ponowoczesność (dyskurs <i>coolturny nastolatka</i>)
Tożsamość grupowa	tożsamość fragmentaryczna
Homogeniczność stylu	heterogeniczność stylu
Wyraźne określenie granic	granice słabo określone
Subkultura określa tożsamość	wielorakie źródła tożsamości
Wysoki stopień zaangażowania	niski stopień zaangażowania
Przynależność do grupy postrzegana jako stała	przemijająca więź z grupą
Niski stopień mobilności subkulturowej	wysoki stopień mobilności subkulturowej
Nacisk na poglądy i wartości	fascynacja stylem i wizerunkiem
Gest politycznego oporu	nastroje apolityczne
Nastroje skierowane przeciw mediom	pozytywny stosunek do mediów
Świadomość własnej autentyczności	celebracja nieautentyczności

on natomiast homogeniczne przesłanie, które skrywa zawartość ideowa obecna w tekstach tej muzyki. Sama ścieżka dźwiękowa rapu ma charakter postmodernistyczny; tzw. samplowanie w rapie jest czystym kolażem różnych wycinków dźwiękowych. Jednakże muzyka nie może być przedmiotem analizy w pracy poświęconej treściom światopoglądowym. Muzyka nie ma przecież przesłania światopoglądowego, gdyż dźwięk raczej trudno analizować pod tym względem. Można powiedzieć, że „uzależnienia kulturowe w naturalny sposób wyraźniej sytuują się w werbalnym tekście piosenki niż w rozwiązaniach czysto muzycznych z tej prostej przyczyny, że tekst werbalny bardziej niż awerbalny odkrywa ideologię. Jeśli przyjąć, że muzyka jest asemiotyczna, tekst piosenki byłby głównym nośnikiem ideologii” (Pęczak, Wertenstein-Żuławski, podają za: Jakubowski, 2006: 225).

Nie wszystkie zdania, wypowiedzi i dyskursy mają charakter ideologiczny. Z pewnością pozbawiona go jest rozmowa o pogodzie. Dyskursami o charakterze światopoglądowym są jedynie takie zbiory sądów, które znajdują wielu „wyznawców” — ludzi, którzy je ciągle na nowo wypowiadają, czyniąc to niekoniecznie w ten sam sposób. Muszą to być jednocześnie sądy aspirujące do komentowania rzeczywistości, jej oceny, oddające określoną wrażliwość odbioru świata.

Młodzież i współczesna kultura popularna

1. Młodzież jako kategoria społeczna

Dzisiaj wydaje się niemal oczywiste, że pomiędzy dzieciństwem a dorosłością istnieje *młodość* jako szczególny okres życia, wypełniony przede wszystkim kształceniem szkolnym i zawodowym.

K.-J. Tillmann (2005)

Tak, wydawałoby się, trywialne twierdzenie, jak motto niniejszego rozdziału, nie było takie we wszystkich epokach historycznych. Jeśli pojmować okres młodości jako czas pokwitania, to istniał on od zawsze, choć nie zawsze pokwitanie zaczynało się tak wcześnie jak dziś, co zawdzięczamy procesowi akceleracji. Jeśli jednak młodość rozumieć jako kategorię socjologiczną, której istotą jest, z jednej strony, moratorium, odroczenie w zakresie obowiązków i praw przyznawanych osobom dorosłym, odroczenie w zakresie odpowiedzialności finansowej za siebie samego, następnie odroczenie odpowiedzialności wiążącej się z założeniem własnej rodziny i opiekowaniem się dziećmi, z drugiej zaś strony — obarczenie społecznymi wymaganiami wyboru drogi kształcenia i zawodu oraz przyznanie czasu na opanowanie roli płciowej, to młodość można traktować jako fenomen społeczny zakorzeniony w określonych warunkach historycznych (Tillmann, 2005: 179). Wprawdzie „o przynależności do grupy młodzieży decyduje kryterium biologiczne — wiek” (Domąński, 1999: 252), to jednak nie każda epoka historyczna obdarzała ludzi młodych przywilejem okresu młodzieńczego, który trwa od zakończenia dzieciństwa (początek dojrzewania) do uzyskania dojrzałości

społecznej (założenie rodziny i podjęcie pracy zawodowej). Wiek jest zatem warunkiem koniecznym, lecz niewystarczającym do zaistnienia młodzieży jako kategorii społecznej. W Europie XVIII wieku „większość dzieci rosła w rodzinach chłopów albo rzemieślników, gdzie nie istniała potrzeba szkolnego kształcenia ani zmiany zawodu. Przemiana dziecka w siłę roboczą dokonywała się między 8. a 10. rokiem życia [...] niektórzy wywnioskowali na podstawie tego, że społeczny fenomen zwany „młodzieżą” (młodością) pojawił się dopiero po powstaniu społeczeństwa mieszczańskiego — a więc pod koniec XVIII wieku” (Tillmann, 2005: 179). Zatem „pojęcie »młode pokolenie« (lub »młodzież«) stanowi dynamiczną »konstrukcję społeczną«. W różnych miejscach i czasach co innego przez »młode pokolenie« rozumiano; istniały też odmienne oczekiwania względem jego tożsamości i roli społecznej” (Melosik, 2005b: 13).

Angielskie pojęcie *young adults* uświadamia zmianę, jaka dokonała się w XX wieku w podejściu do młodości i jej statusu. Termin ten służy do opisu sposobu traktowania dzieci i ogólnie młodości w XIX wieku. Zwykł on denotować *de facto* brak młodości w owym czasie historycznym. Był to bowiem okres, w którym normy, obyczaje świata dorosłych narzucano młodym ludziom, począwszy od najwcześniejszych lat. Świadczyło to, z jednej strony, o znikomej świadomości potrzeb nie tylko wieku młodzieńczego, ale i dzieciństwa (Lawson, Garrord, 2003: 305), z drugiej zaś o późnym pojawieniu się tzw. kultury młodzieżowej (jej powstaniu sprzyjał wydłużony czas edukacji, coraz więcej wolnego czasu i pieniędzy w rękach młodzieży na zagospodarowanie owego czasu wedle własnych zindywidualizowanych preferencji, następnie rozwój przemysłu rozrywkowego i odzieżowego, ukierunkowanego na młodzież (przemysłu sprzedającego młodzieży specyficzny towar i modny wizerunek), a także ostre konflikty społeczne lat sześćdziesiątych XX wieku i narodziny różnych ruchów kontrkulturowych i subkulturowych) (Richardson, 2005: 9—10). Jak pisze J. Richardson na przykładzie Wielkiej Brytanii, jeszcze w okresie między dwiema wojnami światowymi sale taneczne, kina, miejsca uprawiania sportów i puby nastawione były głównie na dorosłego konsumenta, a zatem oferta rozrywki pomijała kategorię społeczną młodzieży, która dzisiaj stanowi znaczący *target* dla przemysłu rozrywkowego.

Za dowód społecznego pochodzenia kategorii młodzieży (*social constructed*) uznać można kulturowe różnice w postrzeganiu tego okresu. J. Richardson (2005: 5) zauważa, że dojrzewanie jako początkowa faza młodości, okres wyjścia z dziecięcości, jest postrzegane w społeczeństwach Zachodu jako czas emocjonalnego chaosu, wahań nastroju i nasilonych stresów, towarzyszących poszukiwaniom

tożsamości przez młodych w tym okresie życiowym. Tymczasem badania Margaret Mead nad dorastaniem na wyspach Samoa pokazały, jak prostota społeczności tam zamieszkującej sprzyja spokojnemu wejściu w dorosłość. Tamtejsza młodzież, inaczej niż młodzież Zachodu — argument przeciw biologicznemu zdeterminowaniu cech młodości — nie staje w obliczu niepokojących wyborów między opozycyjnymi systemami wartości i moralnie wykluczającymi się standardami. Młodość zatem nie wiąże się z „burzą i stresem”, które powszechnie przypisuje się młodości w kręgu kultury północnoatlantyckiej.

Przeglądając literaturę poświęconą młodzieży (Fatyga, Sierosławski, 1999; Jędrzejewski, 2002; Szlendak, 2004), nierzadko ma się wrażenie, że „dorośli nie lubią młodzieży i jest to zjawisko trwałe oraz powszechne. W publikacjach dotyczących młodzieży omawiane jest sięganie po używki i środki odurzające, problematyka przestępczości i przemocy, samobójstw i ucieczek z domu, swobody seksualnej i wczesnego rodzicielstwa, wreszcie udziału w skrajnych ugrupowaniach politycznych, grupach kultowych, np. satanistycznych, związkach przestępczych (gangach) i »załogach« pokrywających mury miast malunkami typu *hip-hop grafitti*. Zjawiska charakterystyczne dla niewielkich środowisk uogólniane są na całą młodzież, potęgując wrażenie, że okres dorastania jest czasem kontestacji, patologii, kryzysu” (Domasński, 1999: 254). Jakie są owe cechy młodego pokolenia, które „ukonkretniają się m.in. w młodzieżowej modzie, sposobie wysławiania się, odmiennej od świata dorosłych obyczajowości, specyficznych formach spędzania wolnego czasu, preferowanych przezeń wzorach i wyznawanych »idolach«, co stanowi konkretne przejawy kontestacji wobec wszystkich, wielu lub tylko niektórych propozycji świata dorosłych”? (Wysocka, 2004: 450). Czy młode pokolenie w Polsce wykazuje jakieś cechy idiosynkratyczne?

Pytanie o istnienie pewnych wzorów kulturowych, systemu norm i wartości, które podziela współczesna polska młodzież, może przyjąć następującą formę: czy możemy mówić o zaistnieniu jakiegoś wyrażonego pokolenia po roku 1989? — pokolenia, które jest sumą wszystkich należących do danego kręgu kulturowego osób w mniej więcej równym wieku; osób, które na podstawie wspólnej sytuacji historyczno-społecznej wykazują podobieństwo postaw, motywacji, nastawień i systemów wartości¹. Można zapytywać także, czy po roku 1989 by-

¹ Tak pokolenie definiuje H.M. Griese (podaję za: Wrzesień, 2003: 14). Pokolenie można jeszcze definiować jako „zbiorowość ludzi, których postawy i światopogląd zostały ukształtowane przez wspólne doświadczenia życiowe, zwłaszcza główne wydarzenia epoki” (*Encyklopedia popularna PWN*, 1999: 657).

liśmy świadkami aktywności jakiejś znaczącej subkultury², która przez autonomiczny system wartości i norm wyrażałaby własną indywidualność, a zatem wskazywała na istnienie jakiegoś spójnego, idiosynkratycznego systemu wartości. Pytanie pierwsze budzi wiele kontrowersji i znajduje najczęściej negatywną odpowiedź. Prawdopodobnie z największą tego rodzaju dyskusją mieliśmy do czynienia w III Rzeczypospolitej w pierwszych miesiącach roku 1999 na łamach „Gazety Wyborczej”, gdzie m.in. K. V a r g a (1999: 42) pisał: „Problem z pokoleniami jest taki, że ponieważ tak naprawdę ich nie ma, trzeba je wymyślać [...], że ostatnim prawdziwym pokoleniem było pokolenie Kolumbów — Baczyński, Gajcy, Trzebiński. Później nie nastąpiło już żadne tak silne przeżycie jak wojna i Powstanie Warszawskie, przeżycie jednoczące całe roczniki. Od tamtego czasu nie przeżyliśmy aż takiej traumy”. Czy jednak nie zaistniało w Polsce pokolenie transformacji, które przeżyło określone wydarzenie epokowe i posiadało charakterystyczny dla siebie system wartości? Młodzi od 1996 roku, czyli ci, którzy dorastali już w „nowym świecie”, dla których nowa rzeczywistość po 1989 roku jest jedynym znanym im światem, to ludzie — jak pisze H. Ś w i d a - Z i e m b a (2005: 15) — z innego brzegu, a to powinno sprzyjać poczuciu odrębności pokoleniowej. Jednak, jak wynika z wielu badań przeprowadzonych przez autorkę wśród młodzieży polskiej w latach dziewięćdziesiątych i później, to właśnie brak poczucia pokoleniowości można uznać za legitymację nowej generacji. Wydaje się również, że żadna ze subkultur nie zdobyła sobie wystarczającej popularności, by sympatyzować zaczęła z nią większość pokolenia. Przykładem tego typu zjawiska byli hipisi i subkultura *punk* — w tym przypadku pierwotnie niewielki nurt niszowej kontestacji dał z czasem początek powszechnym, pokoleniowym identyfikacjom w zakresie wartości i mód. Także Adam Sosnowski, opisując kulturę młodzieżową doby przemian, jakie dokonały się w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku, konstatuje, że „poza utrwaleniem postaw roszczeniowo-kontestacyjnych nie pojawił się szeroki obszar wartości realizowanych, nie powstały młodzieżowe kręgi i grupy charakterystyczne dla tychże przemian. Wydaje się, że zorientowanie konsumpcyjne i motywacje ekonomiczne zablokowały w jakimś zakresie młodzieżową ekspresję” (podaje za: P i r ó g, 2006: 35).

² Według T. Sołtysiak, subkultury to „grupy ludzi, w których ich członkowie realizują własne dążenia, pragnienia i zaspokajają swoje potrzeby, preferując i stosując inny styl życia, o odrębnym systemie wartości, odmiennych normach i zasadach postępowania od obowiązujących ogół społeczeństwa, pomimo faktu przynależności do tego społeczeństwa” (Sołtysiak, 2004: 109).

Stanisław Juszczyk (2001: 15) pisze, że „współczesne pokolenie 16-, 23-latków nie stworzyło żadnej znaczącej subkultury, w porównaniu z wcześniejszymi generacjami. Jest pełne luzu i otwartości na wszystko co nowe, jednocześnie zaś nie ma ono celu, nie demonstrowuje buntu, chce mieć święty spokój. Charakterystyczną postawą młodzieży jest być *cool*, czyli nie angażować się w cokolwiek, żyć na luzie, a czasami lekceważyć ustalone tradycją hierarchie. Człowiek *cool* w nic nie wierzy, nie dąży do jakiegoś wybranego celu (oczywiście oprócz pieniędzy), interesują go wyłącznie pieniądze”. Jednak taki dominujący, konsumpcyjny nurt antyideologicznych (materialistycznych³) identyfikacji, jaki zarysowuje się w toku analizy dążeń współczesnych młodych Polaków, świadczy o wyłaniającej się specyfice współczesnej młodzieży, o pewnej pokoleniowości kształtowanej przez wspólne doświadczenie transformacji społeczno-gospodarczej. Można powiedzieć, że młodzi Polacy lat dziewięćdziesiątych i przełomu tysiącleci to *pokolenie cv*. „To nie są ludzie, którzy zamierzają tracić energię w sporach ideologicznych [...]. Dziś młodzi utyskują, że muszą wymyślać, czym się pochwalić, a wszelką aktywność rozpatrują pod kątem, czy warto ją wpisać do życiorysu” (Świdarska-Ziemba, 2006). Na horyzoncie pojawia się już nowe pokolenie młodych ludzi, którzy wychowując się w cyberprzestrzeni — mając z nią częstszy kontakt niż z rodzicami i szkołą — wykazują ogromną biegłość w posługiwaniu się nowoczesnymi technologiami. Ich wspólnym doświadczeniem życiowym są kontakty sieciowe, więzi zapośredniczone przez Internet oraz brak znaczących doświadczeń w relacjach *face-to-face*. Pokolenie Y, bo o nim mowa, „stanowi znakomity obiekt reklamy, głównie w dwóch dziedzinach: sportu i wolnego czasu oraz mody. Ygreki cieszą się ogromnym zainteresowaniem mediów, które komercjalizują ich w stopniu ekstremalnym. Twierdzi się przy tym, iż jest to pierwsza w historii ludzkości generacja, która socjalizowana była przez komputery (»native computer generation«)” (Melosik, 2005a: 67).

Nie brakuje badaczy, którzy dostrzegają istnienie znaczących subkultur w naszej transformującej się rzeczywistości. Część młodzieży polskiej, zwłaszcza w wieku gimnazjalnym, ubiera się w charakterystyczny sposób i jednoczy wokół muzyki hip-hopowej, czyli nurtu mu-

³ Według badań Ingleharta oraz World Value Survey, w ciągu ostatnich 20 lat nastąpiło przesunięcie postaw panujących w polskim społeczeństwie w stronę postaw materialistycznych (kosztem postmaterialistycznych i mieszanych). W 2000 roku poglądy materialistyczne podzielało 37% badanych, postmaterialistyczne — 8%, mieszane zaś — 55%; w 1990 roku odpowiednio: 31%, 10%, 69%. Tymczasem w USA w 2000 roku proporcje te wynosiły 10%, 22% i 72% (Siemieńska, 2004: 185).

zycznego, który stał się jednym z najbardziej popularnych nieformalnych ruchów młodzieżowych w Polsce i na świecie (Szulz, Kalka, 2004; Bernasiewicz, 2005). Nie sposób ignorować upodobań muzycznych młodzieży, które — jak pisze M. K o p c z y ń s k a (2000: 77) — w wielu analizach są traktowane jako element syndromu określanego mianem kultury młodzieżowej oraz element tworzący poczucie tożsamości pokoleniowej. Nie sposób ignorować także wciąż żywej w świecie i w Polsce tradycji chrześcijańskiej i jej „ikon”, takich jak chociażby nieodżałowany Jan Paweł II, który nawet dla młodzieży niewierzącej stanowi pewien układ odniesienia i wyraźny autorytet. Pojęcie *pokolenia JP II* przeszczepił na polski grunt Zbigniew N o s o w s k i (2006), który podaje, że narodziło się ono po Światowych Dniach Młodzieży w Paryżu, w sierpniu 1997 roku, a on usłyszał je po raz pierwszy z ust o. Daniela Ange’a, znanego francuskiego duszpasterza. Przeżyciem generacyjnym dla tego pokolenia jest pontyfikat Jana Pawła II, zwłaszcza zaś liczne spotkania z młodzieżą całego świata oraz jednoczące doświadczenia z kwietnia 2005 roku, kiedy cały świat śledził odejście papieża. Z. Nosowski pisze, że *generacja JP II* ma sens jako opis grupy nie tyle wiekowej — poziom utożsamienia z *pokoleniem JP II* jest wysoki w każdej grupie wiekowej — ile etosowej, tj. międzynarodowej grupy ludzi młodych, zbudowanej wokół wspólnie akceptowanych i wyznawanych wartości, połączonych podstawowymi wyborami aksjologicznymi.

Ciekawej analizy tożsamości współczesnej polskiej młodzieży — jej części lepiej sytuowanej i wykształconej — dokonał Tomasz P i r ó g (2006), który opracował wypowiedzi młodej inteligencji uczestniczącej w debacie „Gazety Wyborczej”. Wypowiedzi te są o tyle ciekawe, że diagnozują ogólną sytuację życia młodych ludzi w warunkach polskiej transformacji. Uderzająca jest w tych opiniach niechęć do sfery publicznej (zwłaszcza politycznej), charakterystyczna dla krajów postkolonialnych, w tym również Polski. Cechą wspólną tekstów, których autorzy urodzili się w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych, jest „charakteryzowanie Polski jako kraju, w którym brakuje codziennego ładu i przejrzystych reguł działania. Autorzy zwracają uwagę na brak estetyki miejsc publicznych, brzydką architekturę, brud, brak dobrej infrastruktury, brak higieny wśród Polaków. Polska w ich opisach to kraj przemocy, agresji, »dresiarzy«, korupcji i łapówek” (P i r ó g, 2006: 47). Mimo to młodzi ludzie nie chcą opuszczać Polski, a jeśli już, to tylko na ograniczony czas; wierzą, że to oni są jej nadzieją na lepsze jutro. Mają pragnienie budowy nowego etosu pracy, nowego estetycznego otoczenia, co stanowi wyraźną innowację w rozumieniu pojęcia patriotyzmu. Obraz Polski i ideałów młodych

ludzi, jaki rysuje się we wspomnianej debacie, zbliżony jest do tego obecnego w tekstach hip-hopowych. Tak więc młodzież polska o różnym pochodzeniu społecznym, wykształceniu i różnej wrażliwości daje wyraz dość podobnym frustracjom i nadziejom. Jej aspiracje w dużej mierze mają charakter materialny.

2. Kultura popularna

2.1. Polaryzacja stanowisk wobec kultury popularnej

Procesy urbanizacji i industrializacji, a więc powstanie na szeroką skalę społeczności wielkomiejskich i społeczeństw przemysłowych w wiekach XVIII i XIX, dały początek nowej strukturze społecznej. W miejsce tradycyjnych społeczności lokalnych, w których dominowały więzi o charakterze bezpośrednim, powstała społeczność masowa, czyli „zbiorowość o dużym przestrzennym zagęszczeniu i rozległym przestrzennym zasięgu, odznaczająca się heterogenicznością, atomizacją wewnętrzną, anonimowością składających się na nią jednostek, segmentalizacją ról społecznych, formalno-rzeczowym charakterem stosunków społecznych i brakiem socjometrycznej struktury, osłabieniem wzajemnego zainteresowania społecznego i poczuciem izolacji jednostek” (Kł o s k o w s k a, 2005: 132). Wykształcenie się takiej społeczności masowego rynku stworzyło, zdaniem Dominica Strinati, dogodną sytuację dla oddziaływań mass mediów — jedyne dostępne zastępcze źródła wspólnoty i moralności (S t r i n a t i, 1998: 21). Zmiany w zakresie struktury społecznej i pojawienie się społeczeństwa masowego (masowego odbiorcy) były warunkiem koniecznym, lecz niewystarczającym do pojawienia się kultury popularnej. Od razu zaznaczę, iż — jak wielu autorów — terminami „kultura masowa” i „kultura popularna” posługuję się zamiennie, zdając sobie jednak sprawę, że istnieją pewne różnice w ich definiowaniu. Jak pisze M. G o l k a (2007: 146), „choć te pojęcia, a właściwie określane przez nie zjawiska społeczno-kulturowe wiele łączy, to jednocześnie wiele je dzieli. Tak więc częściowo nakładają się one na siebie, a częściowo różnią. To, co je łączy, to duża liczba odbiorców, choć w obu formach może być ona różna. To, co dzieli te pojęcia, to mechanizm funkcjonowania kultury i komunikowania: w kulturze masowej jest on z natury rzeczy oparty na technicznych

środkach przekazu, zaś w kulturze popularnej może przejawiać się kontakt bezpośredni”. W kulturze popularnej istnieje sprzężenie zwrotne między nadawcą a odbiorcą (można wyobrazić sobie sytuację, gdy na festynie czy meczu piłkarskim odbiorca przeistacza się w nadawcę), które jest nieobecne w komunikowaniu jednostronnym w kulturze masowej. Nadto kulturę masową zwykliśmy utożsamiać z treściami mocno ujednoliconymi, wystandaryzowanymi, natomiast we współczesnej kulturze popularnej podkreśla się element silnego zróżnicowania — m.in. treści niszowe powodują, że nie sposób mówić o masowym odbiorcy.

Oprócz powstania społeczeństwa masowego, początków kultury popularnej należy upatrywać także w powstaniu i rozwoju technik masowego komunikowania, bez których nie można by dotrzeć z przekazem kulturowym do społeczeństwa masowego. „Nie tylko radio, film i telewizja, lecz również masowa produkcja oraz dystrybucja książek i czasopism wymaga skomplikowanych technicznych urządzeń. Umieszczenie drukowanego słowa na wielką skalę nastąpiło po wprowadzeniu mechanizacji procesów druku” (Kł o s k o w s k a, 2005: 103). Tak jak urbanizacja położyła podwaliny pod kształtowanie się masowej publiczności, tak industrializacja umożliwiła mechanizację procesu wytwarzania treści kulturowych. Skoro zaś treści kulturowe podlegają mechanizacji (przygotowywane są dla modelowego odbiorcy będącego elementem szerszej publiczności), to naturalną kolejną rzeczą podlegają one również określonej standaryzacji. Mniej więcej w tym czasie (wieki XIX i XX) upowszechniło się również wykształcenie podstawowe. Dzięki upowszechniającej się wśród ludności umiejętności czytania mógł się rozwijać rynek masowej prasy i literatury brukowej. Wtedy też powstała kategoria „czasu wolnego”, który łączy się z popytem na rozrywkę (J a k u b o w s k i, 2006: 15). Reasumując, przez „kulturę mas należy rozumieć ogół kulturalnych dóbr konsumpcyjnych oddanych do dyspozycji publiczności w najszerszym rozumieniu tego słowa, co dokonuje się za pomocą masowego komunikowania w ramach cywilizacji technicznej” (tamże, s. 105). Mówiąc jeszcze inaczej, kultura masowa jest „kulturą popularną tworzoną przez masową technikę przemysłową i sprzedawaną dla zysku masowej publiczności konsumentów” (S t r i n a t i, 1998: 22).

Masowa młodzieżowa publiczność, o której mowa w tej pracy, nie stanowi publiczności uczestniczącej, tj. zebranej w jednej przestrzeni i jednym czasie, niczym tłum na koncercie popularnego wykonawcy, ale jako rzesza czytelników czasopism i słuchaczy określonej muzyki jest publicznością rozproszoną, której kontakt z twórcami kultury popularnej zapośredniczają masowe środki komunikowania, czyli me-

dia. W tym sensie określeniem bardziej adekwatnym w analizowanej tutaj problematyce byłoby pojęcie młodzieżowego audytorium, ponieważ „publiczność stanowi społeczność nietrwałą, chwilową; funkcjonuje tak długo, jak długo trwa samo wydarzenie czy zjawisko. Audytorium stanowi społeczność trwałą, nie ulegającą wpływom pojedynczych wydarzeń czy zjawisk, a to dzięki trwałej więzi z konkretnym środkiem informacji [...]. Publiczność nie ma tradycji informacyjnych, związanych z nawykiem czytania, słuchania, oglądania, doraźnie szuka jakiegoś środka przekazu. Audytorium tworzy tradycje informacyjne — systematycznie czyta, słucha, ogląda i szuka danego środka przekazu” (Kusio, 2003: 148).

Trzeba zauważyć, iż współczesne audytorium nie jest tak masowe i bierne, jak to się wydawało pierwszym krytykom społeczeństwa masowego, m.in. Ortedze y Gassetowi. Jak pisze Tomasz Góban-Klas (2005a: 147—148), „pod koniec XX wieku zmiany społeczno-kulturowe wyrażały się w przekształceniu społeczeństwa masowego w społeczeństwo indywidualistycznie masowe, czyli takie, w którym zaznaczają się odmienne style życia oparte nie tylko na wieku czy przynależności klasowo-warstwowej, a na sposobie wykorzystania czasu wolnego, stylu konsumpcji, wyborze zajęć. Odpowiadały im przekształcenia marketingu oraz zasięgu i odbioru mediów. Media masowe uzupełniały swą ofertę o usługi interakcyjne (np. telefonowanie, e-mailowanie), wprowadzały kanały tematyczne. Ale indywidualizacji społecznej najbardziej sprzyjają tzw. nowe media — przede wszystkim multimedia internetowe, czyli usługi sieciowe”.

Praca niniejsza, w której analizie poddane zostały młodzieżowe czasopisma i treści muzyczne, wpisuje się w nurt badań nad treściami starych mediów, które jednakże nie są wypierane i unicestwiane przez treści mediów nowych, ale nadal trwają jako część składowa nowych mediów dzięki procesowi konwergencji mediów⁴ (przykład: książki i czasopisma czyta się za pośrednictwem Internetu i innych technologii). Ponadto czasopisma czy płyty muzyczne zachowały stabilną pozycję w polu zainteresowania kulturowego współczesnej młodzieży. Warto przy tej okazji odnotować, że Internet jako medium

⁴ Henry Jenkins słusznie zauważa, że „druk nie zabił mowy. Kino nie zabiło teatru. Telewizja nie zabiła radia. Każde ze starych mediów było zmuszone do koegzystencji z powstającymi mediami. Dlatego konwergencja wydaje się bardziej wiarygodna jako sposób rozumienia minionych kilku dekad zmian w obrębie mediów niż dotychczasowy paradygmat rewolucji cyfrowej. Stare media nie zostają zastąpione. Inaczej: ich funkcje i status zmieniają się wraz z wprowadzaniem nowych technologii” (Jenkins, 2007: 19).

nie należy do kultury masowej. „Internet nie jest przejawem kultury masowej — nie będzie taki nawet wtedy, gdy będzie całkowicie powszechny i niezależnie od tego, że jest to sposób komunikowania się oparty na środkach technicznych. Internet jest w pewnym stopniu zaprzeczeniem kultury masowej — głównie poprzez fakt, iż każdy jego użytkownik może być tak odbiorcą, jak i nadawcą treści” (G o l k a, 2007: 174). Do nowych mediów, które nie mieszczą się już w schemacie pojęciowym kultury masowej, zalicza się „DVD, gry komputerowe, multimedia, telefony komórkowe (GSM, Global System for Mobile Communications), [...] kariera tych urządzeń, w tym nagrań audio-wideo, rozwój interaktywnej telewizji sprawiają, że media stają się bardziej heterogeniczne, zróżnicowane, gdyż te nowe służą wielu użytkom i mają różny zasięg oraz są zależne bardziej od użytkowników niż inicjatorów przekazów. Zacierają się podziały na nadawców i odbiorców. Użytkownik medium może zarazem występować w roli twórcy, producenta i konsumenta treści przekazów” (G o b a n - K l a s, 2005a: 26). Na ciekawą kwestię zwrócił uwagę niegdyś A. Kamiński. Zauważył mianowicie, że jeśli chodzi o stare media (druk, telewizja, radio), to nie wszystkie ich wytwory należy od razu uznać za kulturę masową, tzn. nie wszystkie treści „udostępniane odbiorcom przez środki masowego przekazu zaliczamy do kultury masowej [...]. Do kultury masowej zalicza się tylko te wytwory, co do których środki masowego przekazu stosują specjalne zabiegi, zmierzające do uczynienia danego przekazu możliwie najbardziej dostępnym i pojętym dla największego kręgu odbiorców” (K a m i ń s k i, 1978: 287). W tym sensie niektóre programy telewizyjne (np. emitowane przez TVP programy filozoficzne *Rozmowy na koniec wieku* czy *Ogród sztuk*), a nawet całe stacje telewizyjne (TVP Kultura) trudno uznać za przejaw kultury masowej.

Przedmiotem mojego zainteresowania badawczego jest logosferyczne (czytelnictwo czasopism) oraz sonosferyczne (muzyka popularna) funkcjonowanie młodzieżowego audytorium. Media, czyli środki masowego komunikowania, mogą bowiem oddziaływać na swoje audytorium za pośrednictwem ikonosfery (obrazu, który wydaje się dziś wypierać kulturę druku), logosfery (środowiska słowa) oraz sonosfery (środowiska dźwięku), konstytuujących swoisty obszar mediosfery (L e p a, 2003: 5—6). Oddziaływanie mediosfery przybiera na znaczeniu w dobie kryzysu rodziny oraz zaniedbywania funkcji wychowawczej przez szkołę, która kładzie większy nacisk na kształcenie niż pomoc w zakresie hierarchizowania wartości istotnych dla wieku młodzieńczego. Dodatkowo media oferują usługi o wysokiej sile atrakcji, wzmacniają narcystyczne zainteresowanie człowieka samym

sobą⁵, przez co pozostawiają wyraźny ślad w jego poglądach, postawach oraz w hierarchii potrzeb (L e p a, 2003: 5).

Klasyczna teoria kultury masowej nie jest łaskawa ani dla jej twórców, którym zarzuca intencje manipulowania masami, wywołanie fałszywych potrzeb oraz zacieranie granicy pomiędzy kulturą wyższą i niższą, ani dla odbiorców, czyli konsumentów kultury masowej, którzy biernie poddają się napływającym z zewnątrz podnieciom, uciekając zaś od wysiłku intelektualnego, przejawiają podatność na powierzchowne i jaskrawe efekty, czyli wszystko to, co nadmiernie nie obciąża wyobraźni (K ł o s k o w s k a, 2005: 111). Kulturę popularną uważa się nierzadko — takie stanowisko krytykuje Witold J a k u b o w s k i (2006: 46) — za obszar antywzorów estetycznych, z którymi należy walczyć, gdyż wyrabia ona zły gust wychowanków, oddala ich od kultury wysokiej. Traktuje się ją więc jako teren ludycznych rozrywek, którym kulturalny człowiek nie powinien się oddawać. Elitaryści, intelektualiści i wszyscy, którzy roszczą sobie pretensję, do bycia arbitrem dobrego smaku i obrony kultury wyższej przed zalewem tandety i trywialności, wysuwają pod adresem kultury masowej zarzuty, które sprowadzić można do trzech aspektów: „Kultura masowa absorbuje czas i energię, którą warto poświęcić innym, bardziej konstruktywnym i użytecznym zajęciom — sztuce lub polityce, albo wskrzeszaniu kultur ludowych. Drugi powiada, że kultura masowa wywiera szkodliwy wpływ na jej odbiorców, czyniąc ich pasywnymi, bezsilnymi, słabymi, podatnymi na manipulację i eksploatację. Trzeci aspekt stanowi argument, że zła kultura masowa wypiera kulturę dobrą — zarówno kulturę ludową, jak i sztukę” (S t r i n a t i, 1998: 44). Jeszcze inaczej można by podsumować zarzuty wobec kultury masowej, ujmując je w następujące punkty: „1. prezentowanie rzeczywistości w krzywym zwierciadle i kreowanie fałszywej rzeczywistości, eksponowanie zjawisk patologicznych — gwałtu, przemocy, okrucieństwa, zbrodni, wyuzdanego seksualizmu, przy jednoczesnym braku gruntownej analizy rzeczywistości społeczno-politycznej i przekonujących przykładów zapobiegania zjawiskom negatywnym; 2. upowszechnianie i utrwalanie konsumpcyjnego stylu życia w wyniku prymatu wartości materialnych; zawężania pojęcia sukcesu głównie do sfery zamożności, rozrywki, braku miejsca na he-

⁵ Liczne testy publikowane przez czasopisma młodzieżowe, dotyczące własnych kompetencji społecznych, możliwości zdobycia partnera, własnego wizerunku itd., oraz teksty wzmacniające obraz „ja” w brutalnym, skorumpowanym i wrogim świecie, jak w przypadku utworów hip-hopowych, silnie oddziałują na tworzącą się tożsamość młodego człowieka, a także kierują uwagę na siebie samego jako obiekt poddający się refleksyjnemu projektowaniu.

roizm pracy, codzienny znojnny trud; 3. pogłębiający się proces dekul-turyzacji, obniżenie poziomu artystycznego przez zalew bylejakości, schlebianie pospolitym gustom, produkcję niewybrednej, ale zyskow-nej rozrywki” (G a j d a: 2005: 50—51).

Poważnym zarzutem pod adresem kultury masowej jest oskarże-nie o egalitaryzację wszelkich opinii i stanowisk, czyli zacieranie róż-nic pomiędzy tym, co wyższe, mądrzejsze i szlachetniejsze, a tym, co niższe, głupsze i małostkowe. Jak pisze D. MacDonald, kultura ma-sowa „miesza i układa wszystko razem, tworząc to, co można nazwać kulturą zhomogenizowaną [...]. W ten sposób niszczy wszelkie warto-ści, ponieważ sądy wartościujące zakładają odróżnienie. Kultura masowa jest wielce demokratyczna; absolutnie odrzuca krzywdzenie kogoś, wprowadzanie dyskryminacji kogokolwiek i czegokolwiek” (po-dają za: S t r i n a t i, 1998: 26). Jest to zatem krytyka z punktu wi-dzenia konserwatywnego, tożsamego z przekonaniem, że „kultura nie jest tylko konwenansem, frazesem i deklamacją, że nie daje się ona także sprowadzić do systemu Opresji i Dominacji. Jest tym samym konserwatyzm obroną Rzeczywistości przed Barbarzyństwem, bez względu na to, pod jak podniosłymi, czy wyrafinowanymi hasłami i teoriami się ono manifestuje. Dalej — konserwatyzm rozpoznaje się po odruchu wstrętu wobec zalewającej świat zewsząd erupcji wulga-ryzmu. Wulgaryzmu tak zręcznie skrywającego się pod jarmarczną maską ekspresji osobowości i histerycznego poszukiwania/tworzenia nowej tożsamości. Bo konserwatyzm to wreszcie nic innego, jak za-proszenie do tego, by, jak mawiają Francuzi, »nie przeczyć temu, co jest, i nie tłumaczyć tego, czego nie ma«. Konserwatyzm jest więc [...] po prostu kwestią smaku. Dobrego smaku, rzecz jasna” (Ł ę c k i, 2004: 14—15). Nie dyskutując kwestii braku smaku, jaki przeziara przez komunikaty masowe za pośrednictwem mediów, wszak *de gu-stibus non est disputandum*, trzeba zauważyć, iż zarzut konserwaty-stów co do ujednolicającego i homogenizującego wpływu kultury ma-sowej — kierowany również pod adresem kultury popularnej — na człowieka współczesnego wydaje się współcześnie coraz mniej przekon-ujący. Mimo to wiele dawnych zastrzeżeń — zwłaszcza szkoły frankfurckiej, rozwijającej krytyczną teorię kultury masowej i maso-wego odbiorcy — pozostaje w mocy. Treści kultury popularnej są przecież często puste, dziecinne, ideologicznie obciążone; tworzą je wielkie korporacje dla zysku, a nie by rozwijać życie duchowe ludzi, których traktują jak rynek konsumentów i odpowiednio nimi mani-pulują (G o b a n - K l a s, 2005b: 139). Wreszcie, jeśli proces twórczy jest grą pomiędzy konwencją a inwencją, to kultura masowa jest do-meną raczej tej pierwszej (G o l k a, 2007: 156). Inwencja niezmier-

nie rzadko przyświeca twórcom kultury masowej. Za przejaw inwencji uznać by można ekranizację *Władcy pierścieni* dokonaną przez Petera Jacksona, który oprócz efektów specjalnych zawarł w swoim filmie symboliczne wątki odnoszące się do chrześcijańskiej antropologii, którą J.R.R. Tolkien wpisywał w swoje dzieła. Trudno postawić temu dziełu takie zarzuty, jakie kieruje się najczęściej pod adresem kultury masowej.

Trzydzieści lat po największej aktywności szkoły frankfurckiej, z Horkheimerem i Adornem na czele, rozwijającej się w latach czterdziestych XX wieku, S. Hall dowodził (podają za: Klein, 2004), że produkty kultury masowej nie muszą krążyć zgodnie z „jednowymiarowym modelem: nadawca — odbiorca”; globalna kultura nie zakłada determinacji, homogenizacji i standaryzacji. Przeciwnie, globalna kultura produkuje różnicę, ponieważ codzienne konteksty ludzkiego życia są różne i stąd różny jest odbiór produktów kultury. „W perspektywie poststrukturalnej ludzie nie są »ofiarami mediów« — wyalienowana, jednowymiarowa i pasywna masa, wpatrująca się »tępo« w telewizor czy ekran monitora. Twierdzi się, że przekazy medialne mają charakter »otwarty«, a odbiorcy mogą nadawać im własne znaczenia, interpretować je w sposób indywidualny” (Melo-sik, 2005a: 73). M. Krajewski zauważa jeszcze, że „współczesna popkultura w niczym nie przypomina kultury masowej z portretu namalowanego w klasycznych ujęciach — a więc wystandaryzowanej, ujednoliconej papki, którą karmi się masowego odbiorcę” (Krajewski, 2005: 10). W tym sensie kultura popularna przestaje być dziś kulturą masową. Nie istnieje „jednolita oferta” — zauważa Witold Jakubowski (2006: 22) — adresowana do „standardowego odbiorcy”. Istnieje być może standardowy odbiorca seriali, standardowy podglądacz programów typu Big Brother, miłośnik kryminałów bądź programów upowszechniających wiedzę encyklopedyczną, ale nie istnieje widz masowy jako taki. Znane są tylko jego wersje niszowe. „Dzisiejszy uczestnik kultury bardziej wybiera, niż odbiera przekazywane komunikaty. Jak się wydaje, określenie »niszowość« doskonale charakteryzuje nie tylko niektóre zjawiska kulturowe, ale i pewną strukturalną tendencję współczesności. W takiej perspektywie kultura popularna jest źródłem emancypacji, istnieje bowiem wiele »kultur prawomocnych« oraz sposobów odczytania komunikatów kultury popularnej” (tamże, s. 22). Kultura popularna nie jest także dziś kulturą niższą, która z trudem wyrывa się spod opresji kultury dominującej, by ustanawiać nowe mapy (oddolne, a zatem autonomiczne) obrazujące, jak poruszać się w zastanej rzeczywistości społecznego życia. Kultura popularna — pisze M. Krajewski (2005: 11) — jest

dzisiaj kulturą dominującą, to znaczy wszechobecnym rodzajem kultury. Jako taka, jest ogromnie różnorodna, skierowana do zróżnicowanych odbiorców; zaspokaja ich „idiosynkratyczne”, odmienne potrzeby; jest wielokulturowa, co rozumieć należy także jako dystrybuowanie przez popkulturę nierzadko wykluczających się wzajemnie wzorców postrzegania świata. Gianni Vattimo dostrzega w konsekwencjach funkcjonowania kultury masowej coś wręcz odwrotnego niż homogenizowanie społeczeństwa. „Radio, telewizja, gazety stały się czynnikami ogólnej eksplozji i mnożenia się *Weltanschauungen*, wizji świata. W Stanach Zjednoczonych w ciągu ostatnich dziesięcioleci doszły do głosu wszelkiego rodzaju mniejszości, najróżniejsze kultury i subkultury znalazły się w świetle reflektorów opinii publicznej” (Vattimo, 2004: 10). Dzięki mass mediom społeczeństwo ubogacane jest różnorodnością stanowisk i opinii.

Jeśli mowa o zaspokajaniu przez kulturę masową różnorodnych potrzeb jej odbiorców, to trzeba wspomnieć o teorii „użytkowań i korzyści”, która dowodzi, iż odbiorcy „nie są pasywnym, bezwolnym obiektem oddziaływania mediów, którym one manipulują według własnego uznania i interesu, ale że to raczej media są instrumentem w rękach aktywnych, świadomych swoich dążeń odbiorców, którzy użytkują je w celu zaspokojenia określonych potrzeb i czerpią stąd określone korzyści” (Mrozowski, 1991: 245). Spośród różnych typologii potrzeb, którymi kieruje się odbiorca w doborze treści komunikowania masowego, wyróżnić można tę zaproponowaną przez D. McQuala, która przedstawia się następująco (tamże, s. 245—246):

„1. Informacja

- dowiadywanie się o istotnych zdarzeniach oraz warunkach w bezpośrednim otoczeniu, społeczeństwie i świecie,
- poszukiwanie rady w sprawach praktycznych lub przy wyborze opinii i decyzji,
- zaspokajanie ciekawości i ogólnych zainteresowań,
- uczenie się i samokształcenie,
- uzyskiwanie poczucia bezpieczeństwa poprzez wiedzę.

2. Poczucie tożsamości

- znajdowanie wzmocnień dla indywidualnego systemu wartości,
- znajdowanie modeli zachowań,
- identyfikowanie się z wartościowymi postaciami (w mediach),
- uzyskiwanie możliwości wnikięcia w czyjaś jaźń.

3. Integracja i interakcja społeczna

- uzyskiwanie wglądu w warunki życia innych; empatia społeczna,

- identyfikowanie się z innymi i uzyskiwanie poczucia przynależności,
- znajdowanie podstawy do konwersacji i integracji społecznej,
- posiadanie substytutu rzeczywistego towarzystwa,
- pomoc w wypełnianiu ról społecznych.

4. Rozrywka

- ucieczka od rzeczywistości lub odwracanie uwagi od problemów,
- relaks,
- uzyskiwanie wewnętrznego zadowolenia kulturalnego i estetycznego,
- wypełnianie czasu,
- emocjonalne rozluźnienie,
- seksualne pobudzenie”.

Wyraźne korzyści czerpane przez odbiorców popularnych treści dostrzega również Ewa Koralewska, która wylicza wartościowe funkcje tej kultury: terapeutyczną (emocjonalne zaspokojenie, oderwanie się od szarej rzeczywistości dnia codziennego), regulacyjną (dystrybucja i internalizacja uznawanych w danej kulturze wartości), integracyjną (poczucie wspólnoty doznań), estetyczną (podaję za: J a k u b o w s k i, 2006: 56—57). Kultura masowa operuje więc pewnymi niezawodnymi elementami, takimi jak dramatyczność, strach, gwałt, erotyka, humor, zaspokajając tym samym potrzeby psychospołeczne społeczeństwa (S y r e k, 1987: 106). Cokolwiek by powiedzieć o kulturze popularnej, należy zgodzić się, że jako fakt społeczny strukturalizuje ona życie powszednie współczesnych ludzi, wypełniając ich czas wolny, wyznaczając rytm ich codziennych czynności, oraz kreuje styl życia, modę, sposoby widzenia świata, formułowania aspiracji wskutek procesów identyfikacji (G a ł u s z k a, 1996: 20).

Mnogość prezentowanych za pośrednictwem środków masowego przekazu opcji światopoglądowych nie musi oznaczać dobrego klimatu dla możliwości dostrzeżenia i wybrania tego, co wartościowe; demokratyzacja narracji oznaczać może też brak czasu i szansy na głębsze poznanie jakiejś wersji świata oraz paraliż w angażowaniu się w jakiś konkretny świat wartości. O demokratyzacji sztuki i historii, pomieszaniu znaczeń w zalewającym strumieniu wrażeń kulturowych pisze m.in. U. Eco, który swoje wnioski formułuje na podstawie obserwacji poczynionych w Ameryce. Turysta zwiedzający liczne na terenie Stanów Zjednoczonych muzea figur woskowych doświadcza swoistego odczucia kulturowego. „Kiedy po Mozarcie spotykacie Tomka Sawyera albo wchodzicie do groty Planety Małej po wysłuchaniu Kazania na Górze Jezusa do apostołów, logiczne rozróż-

nienie między Światem Rzeczywistym a Światami Możliwymi wyraźnie się zaciera. Dobrze muzeum wprowadzie, rekonstruując średnio sześćdziesiąt albo siedemdziesiąt scen, w których występuje dwieście albo trzysta postaci, dzieli je tematycznie, a także wprowadza rozróżnienie między światem filmu a światem religii czy też historii. Ale i tak, pod koniec zwiedzania, zmysły nasze zdołały wchłonąć bezkrytycznie nadmiar wrażeń, Lincoln i doktor Faust okazują się odtworzeni w tym samym socrealistycznym stylu godnym Chin Ludowych, a Tomcio Paluch i Fidel Castro należą już ostatecznie do tej samej strefy ontologicznej” (E c o, 1999: 23). W istocie kultura popularna wchłonie każdy motyw kulturowy, jeśli tylko zapewni on jej odpowiednio dużo uwagi, zainteresowania odbiorcy i zysku. O współczesnej dezorientacji w zakresie wartościowych trajektorii ludzkiego życia pisze również Z. Melosik: „Współczesne media atakują człowieka inwazyjnie milionami słów, dźwięków, obrazów i wyobrażeń, symboli, kontekstów i interpretacji. Coraz trudniej jest nam się w tym wszystkim rozeznąć — wydzielić z kakofonicznego zgiełku to, co jest ważne i wartościowe. Mamy na to niewielką szansę; oto po reklamie orzeszków ziemnych następuje wiadomość o zatonięciu promu, następnie fragment piosenki aktualnie panującej królowej popu, szybka odpowiedź na pytanie: »dlaczego coraz rzadziej chodzimy do kościoła?«, reklama opon Pirelli, minutowy wywiad z ministrem zdrowia, piosenka na życzenie, reklama proszku. I tak bez końca. Czekamy na »coś istotnego«, jednak żyjemy w świecie »nieustannych przerywników«. Aż w końcu przyzwyczajamy się do tego. Nie umiemy już koncentrować swojej uwagi przez dłuższy okres na jednym przekazie — nasze oko i ucho oczekują zmiany; stabilność przekazu nas dekoncentruje!!? Coraz też częściej, mówiąc ironicznie, jedyną formą zmiany naszego życia staje się zmiana kanału TV lub stacji radiowej” (M e l o s i k, 2005b: 19). Kultura popularna zaspokaja jedno potrzeby, równocześnie utrudniając zaspokajanie innych.

Znaczącą rolę w badaniach nad kulturą w aspekcie socjalizacji młodzieży — zwłaszcza nad kulturą popularną — odegrał ośrodek CCCS w Birmingham (Center for Contemporary Cultural Studies). Podjęte przez ten ośrodek studia kulturowe stanowią po dzień dzisiejszy punkt orientacyjny dla badaczy kultury popularnej. Wypracowały one teorię krytyczną wobec dotychczasowych klasyfikacji dzielących kulturę na wyższą i niższą. Według Aggera (podaję za: J e n k s, 2005: 2), studia kulturowe operują rozszerzoną koncepcją kultury. Ich zwolennicy za charakterystyczną dla swoich czasów uważają socjalizację, która dokonuje się za pośrednictwem mass mediów i komunikacji, czyli procesów, których zrozumienia podejmują

się badacze studiów kulturowych. Studia kulturowe orzekają raczej o konflikcie niż porządku w kulturze. Studia te badają i przewidują konflikt w kulturze, zarówno na poziomie interakcji *face-to-face*, jak i — co istotniejsze — na poziomie znaczenia. Kultura nie może być uważana za jednoczącą zasadę (*unifying principle*), źródło porozumienia społecznego lub mechanizm uzasadniający więź społeczną. Studia kulturowe są interdyscyplinarne. Potwierdza to brak źródłowego przedmiotu, co zachęca do pracy nad wspólnym obszarem spraw poruszanych przez różne dyscypliny (*interface of disciplinary concerns*). Studia kulturowe odrzucają wartości absolutne — badają to, co chcą. Badają to, co faktycznie wydaje się mieć sensotwórcze i rzeczywiste znaczenie dla ludzi współczesnych. Studia te „zapuszczają się” zatem w obszary, które należą do obiegu kultury popularnej. Programy telewizyjne, filmy z Bondem, romanse, gazety i czasopisma, muzyka popularna bardziej skupiają uwagę badaczy studiów kulturowych niż teatr, malarstwo czy dotychczasowy kanon literatury, który przestaje być już rdzeniem kultur — coraz mniej — narodowych. Uzasadnienia takiej reorientacji badawczej w zakresie badania kultury — reorientacji, która powinna nastąpić, jeśli jako pedagodzy chcemy mieć jeszcze jakiś wpływ na ludzi młodych — dostarcza szeregu spostrzeżeń, które wynieść można z dzisiejszej szkoły. Każą one stwierdzić, że „to nie nauczyciel od matematyki i Pani od polskiego, lecz supergwiazdy filmu i estrady kształtują wzory osobowe; to nie treść *Lalki* Bolesława Prusa czy *Trenów* Jana Kochanowskiego dyskutowana jest na dużej przerwie, lecz artykuły drukowane w »Cosmopolitan« i strategie przetrwania zawarte w ostatniej przebojowej grze komputerowej” (Melosik, 2004: 68). Należy zatem przyznać, że „kultura popularna staje się »permanentną pedagogią«, niezwykle skutecznym narzędziem konstruowania sposobów urzeczywistniania popędów, pożądań, nastawień, a także samoidentyfikacji. Staje się bodaj podstawowym czynnikiem konstruowania tożsamości młodego pokolenia. Nie jest to jednak na ogół dostrzegane przez teoretyków i praktyków edukacji. Uważają oni ciągle kulturę popularną za wulgarną manifestację »nielegalnych« wartości” (Melosik, Szkuclarek, 1998: 40).

Wydaje się, że konieczna reorientacja badawcza na analizę treści kultury popularnej nie uzasadnia odrzucenia studiów nad kulturą wyższą oraz prób przekazywania jej treści młodemu pokoleniu. Raczej jest wyrazem niepokoju o przetrwanie wartości, które — jak się wydaje — winniśmy zachować. Nade wszystko ukierunkowanie badawczej uwagi na zjawiska z zakresu kultury popularnej wynikać powinno z faktu współczesnego **przesunięcia socjalizacyjnego**,

w którego efekcie kultura popularna stała się — przysłaniając wpływ rodziny, szkoły czy Kościoła — dziedziną pośredniczącą „między jednostką i światem społecznym [...] pośredniczącą w niemal niezauważalny, elementarny sposób, poprzez apelowanie do ciała, do struktur popędowych, do pożądań. Jest to dziedzina kształtowania uogólnionych reprezentacji podmiotowości, dostarczająca gotowych, zideologizowanych odpowiedzi na pytanie »kim jestem«. Jest to wreszcie obszar walki o uczucia jednostek, rozgrywającej się między różnymi ideologiami” (S z k u d l a r e k, 1993: 144).

Niezależnie zatem od tego, czy żywi się do kultury popularnej sympatię czy odrazę, nie sposób nie doceniać jej współczesnego znaczenia. Strukturalizuje ona czas wolny całych rzesz ludzkich, kreuje bohaterów, popularyzuje określone sposoby myślenia. Dla wielu ludzi staje się jedynym źródłem informacji o szerokim spektrum rodzajowym, od wiedzy o *innym* (*reality show* o homoseksualistach, obcokrajowcach, innowiercach) po wiedzę na temat kwarkowej struktury wszystkiego.

2.2. Cooltura nastolatka, czyli młodzieżowe czasopisma

Kiedy więc mówię przykładowo, że pisemka kolorowe są adresowane do idiotów, oni [młodzież] prawdopodobnie będą trochę mniej wierzyć w to wszystko, co im ktoś do głowy wkłada w tej nieszczęsnej kolorowej prasie.

Z wywiadu z K. Zanussim przeprowadzonego przez Z. Pietrasika dla „Polityki” (2006)

Czasopisma młodzieżowe w Polsce wykazują dużą różnorodność tematyczną. Są to periodyki edukacyjne („Cogito”), sportowe („Sport”), komputerowe („Komputer Świat”), katolickie („Droga”). Jednakże przeglądając publikacje poświęcone badaniu wychowawczych walorów prasy młodzieżowej, można zauważyć, że najczęściej analizie zawartości poddawane są czasopisma muzyczne i dziewczęce („Bravo”, „Popcorn”, „Dziewczyna”). Fakt ten przestaje dziwić, jeśli się doda, że są to czasopisma o największym nakładzie i sprzedaży w sektorze rynku prasy młodzieżowej, co potwierdzają Polskie Badania Czytelnictwa, których wyniki publikuje miesięcznik „Press”. Konkluzje badawcze płynące z analiz tej prasy są wyraźnie negatywne, jeśli chodzi o ocenę jej wychowawczego wpływu⁶. D. Śliwińska stwierdza, że projektowany

⁶ Bogaty przegląd badań prowadzonych po 1989 roku nad problematyką wartości w czasopismach młodzieżowych prezentuje publikacja M. Ejsmonta i B. Kosmałskiej (2005).

przez czasopisma świat ma pewne cechy Arkadii; jedynym problemem okazuje się nieodwzajemniona miłość; czas nie jest podporządkowany ani rytmowi pór roku, ani kalendarzowi świąt, przemijanie sprowadza się do zmian na listach przebojów, długości spódnic i nowych tras koncertowych, nie istnieją nieszczęścia, choroby, tragedie; lansowana wiedza o świecie sprowadza się do czterech dziedzin: seksu, muzyki popularnej, filmu i mody (podaję za: E j s m o n t, K o s m a l s k a, 2005: 81). Pedagogiczny zarzut oscylowałby tutaj wokół fałszywej świadomości, jaką buduje prasa kolorowa zarówno w zakresie obrazu świata, jak i ideału życia, który zeń młodzież wyprowadza. Badania J. Szockiego (tamże) wykazały, że tematyka erotyczna zajmuje 20—25% łamów czasopism typu „Bravo”, „Popcorn”, „Dziewczyna”, następnie film, plotki o aktorach (6—15%), muzyka i informacje ze świata muzyków młodzieżowych (5—20%), uroda i moda (10—30%), na koniec reklama (3—13%). Obraz świata zawarty w tego typu prasie jest wyraźnie panseksualny. Nie ma w tym jednak niczego wyjątkowego, jeśli się zważy, iż w prasie kolorowej adresowanej do dorosłej publiki, która dysponuje zdecydowanie większą wiedzą z tego zakresu, analizom życia seksualnego ludzi poświęca się nie mniej miejsca. Tymczasem młodzież w okresie adolescencji w sposób naturalny oczekuje na tego typu wiedzę. Popyt kształtuje podaż.

M. E j s m o n t i B. K o s m a l s k a (2005), prezentując badania nad wartościami upowszechnianymi przez drukowane media, krytykują analizy niektórych badaczy, m.in. F. A d a m s k i e g o i M. P i ó r o (1999) czy E. B o b r o w s k i e j (1999), za interpretacje pełne subiektywnych ocen i osobistych preferencji wynikających z chrześcijańskiego światopoglądu. Trzeba jednak pamiętać, że czasopisma młodzieżowe można podzielić na te, które adresują swe treści do tradycyjnego odbiorcy-katolika, otaczającego szacunkiem wartości absolutne („Droga”), oraz te — znacznie liczniejsze — o charakterze relatywistycznym i postsubkulturowym (antyideologicznym). Potwierdzają to badania J. K o ł o d z i e j a (2000), który stwierdza, że w „Bravo”, „Popcornie”, „Dziewczynie”, „Jestem” i „Machinie” zło nie ma charakteru metafizycznego i nie jest tak ważne; nie stanowi istotnego składnika egzystencji człowieka — raczej funkcjonuje jako wygodna kategoria opisu kultury; nikt nie boi się zła — można się nim bawić i cieszyć, zło staje się dobrem. Podrozdziały książki Piotra Tomasa Nowakowskiego (2004) wiele mówią o orientacji aksjologicznej i światopoglądowej *coolturny nastolatka*, rozpowszechnianej przez czasopisma młodzieżowe głównego nurtu (supremacja „myśli słabej”, logika komercji, deprecjacja rozumu, gloryfikacja zabawy, promocja seksu, apoteoza cielesności, banalizacja nadprzyrodzoneści,

efemeryczność wzorców osobowych, relatywizacja prawdy, absolutyzacja wolności, echa rewolucji seksualnej, proces sekularyzacji, wpływ Nowej Ery).

Oto struktura tematyczna wybranych periodyków, która obrazuje i częściowo potwierdza opisane spostrzeżenia na temat czasopism dziewczęcych i muzycznych.

„Bravo Girl” nr 17, 17.07.2006

Działy: 1. Trendy: np. z czym komponują się legginsy; 2. Gwiazdy: fotografie znanych osób; 3. Moda: o ciuchach, biżuterii, gadżetach; 4. Ploty: np. „Ashlee Simpson pluje”; 5. Uroda: prezentacje makijaży; 6. Testy: np. „Jaka jesteś naprawdę?”; 7. Plakaty; 8. Fotostory: obrazkowa historia miłosna; 9. Zaufaj Girl: np. odpowiedzi na intymne pytania; 10. Reportaż: o ofiarach sekt; 11. Crazy Love Story: o niesamowitych historiach miłosnych; 12. Horoskop; 13. Kino; 14. Luzik: np. krzyżówki.

„Bravo”, nr 20, 5—18.10.2006

Działy: 1. Gwiazdy: w roku 2006 dział ten najczęściej wypełniały historie o bliźniakach Tomie i Billu z Tokio Hotel. Zajmuje on 1/3 numeru; 2. Reportaż: o cudownym wybudzeniu Piotrką ze śpiączki; 3. Temat numeru: „Czy grozi Ci zakupoholizm?”; 4. Trudne pytania: np. odpowiedzi na intymne pytania; 5. Wypowiedz się: listy od czytelników z różnymi problemami, np. „Kocham nauczyciela”, „Chcę uciec z domu”; 6. Fotoopowieść; 7. Raport: dotyczący polskiego patriotyzmu; 8. Psychotesty; 9. Style: to najczęściej tutaj redakcja czasopisma stosuje *product placement*, czyli strategię reklamy produktów w kontekście o — wydawałoby się — niemerkantylnym charakterze; 10. Bravo Horoskop; 11. Rozrywka: np. krzyżówki; 12. Kino; 13. Muza: ranking piosenek, słowa piosenek, nowe płyty; 14. Imprezki: gdzie i która z gwiazd oddawała się rozrywce.

„Popcorn”, nr 7, lipiec 2006

Działy: 1. Gwiazdy: prezentacja gwiazd; 2. Wywiady z gwiazdami; 3. Fakty i plotki: cd. życia gwiazd; 4. Zza kulis: ponownie życie gwiazd, np. „Specjalnie dla Was sprawdziliśmy, jak śpią gwiazdy”; 5. Nasze odkrycie: wywiady ze wschodzącymi gwiazdami; 6. Koncertowe lato: gdzie i kiedy można posłuchać znanych zespołów; 7. Hip-hop: prezentacja wykonawców; 8. Płyty; 9. Kino: prezentacja filmów; 10. Na topie: np. „Chcesz wiedzieć, co warto nosić, mieć i czytać? Sprawdź koniecznie!”; najczęściej tutaj zamieszcza się *product placement*; 11. Rozrywka: wpadki gwiazd; 12. Test; 13. Krzyżówka; 14. W to się klika: prezentacja gier komputerowych; 15. Horoskop;

16. Alicjo ratuj: najczęściej intymne pytania; 17. Skrzynka pocztowa: listy od czytelników; 18. Świat wokół nas: dział poświęcony problemom społecznym, hobby itd.; 19. Charts: rankingi płyt i teledysków.

„Dziewczyna”, nr 9, wrzesień 2006

Działy: 1. To jest trendy: najczęściej tutaj znajduje się *product placement*; 2. Moda; 3. Ona i On: o strategiach uwodzenia i wszelkich innych prawdach dotyczących natury związków pomiędzy dziewczynami i chłopcami; 4. Na topie: o życiu gwiazd; 5. Most wanted: o najpopularniejszych gwiazdach; 6. Raport: o bulwersujących problemach, np. wyrzucaniu zwierząt; 7. Nowości kosmetyczne; 8. Test; 9. Uroda: w centrum uwagi ładne i powabne ciało, *product placement*; 10. 3maj formę: w centrum uwagi ładne i zdrowe ciało, *product placement*; 11. Metamorfozy: w centrum uwagi ładne ciało, *product placement*; 12. Tabu: „Mój tata jest gejem”; 13. Wasze listy; 14. Moda/baza: w centrum uwagi ładne i powabne ciało, *product placement*; 15. Beauty Patrol: wizażystka odpowiada na pytania; 16. Fryzury; 17. Moda: w centrum uwagi ładne i powabne ciało, *product placement*; 18. F jak facet: typologia chłopców, strategie ich uwodzenia; 19. Wojna płci: dialogi damsko-męskie obrazujące różnice w poglądach; 20. Pytania intymne; 21. Trudny temat: o samotnym rodzicielstwie; 22. Ale obciach: czytelnicy opisują różne sytuacje, śmieszne, żenujące, słowem takie, które wyzwoliły się spod kontroli; 23. Fotostory; 24. Na topie: zbiorczo o kinie, książkach, płytach; 25. Krzyżówka; 26. Horoskop.

W wielu działach, takich jak Moda, Style, Na topie, zauważa się stosowanie strategii tzw. *product placement*, czyli reklamowanie produktów wkomponowanych w treść o zupełnie z pozoru niemerkantylnym charakterze. Jest to wyraźny zamysł marketingowy, który ma sprawić, by prezentowana w czasopismach moda, aktualne kanony piękna i lansowane wizerunki ciała urzeczywistniały się jedynie dzięki reklamowanym produktom, których marka, cena i miejsce zakupu wyraźnie ukierunkowują konsumpcyjne aspiracje czytelników.

Próba odpowiedzi na pytanie, czy to czasopisma młodzieżowe zaspokajają potrzeby współczesnych nastolatków (związane np. z procesem kształtowania się ich tożsamości i stosunku do własnego ciała), czy może to czytelnicy zaspokajają potrzeby redakcji, reklamodawców, a na koniec producentów marek odzieżowych, kosmetycznych i innych, wydaje się przedsięwzięciem karkołomnym.

2.3. Rap, czyli muzyka folklorystyczna miejskiego getta

Muzyka popularna jest tym obszarem kultury masowej, z którym najczęściej kontaktuje się współczesny człowiek.

W. Jakubowski (2000)

Kulturę hip-hopu można postrzegać — jak stara się to udowodnić L. Pułka (2004: 104) — jako folklor gett rasowych i środowiskowych w miastach Ameryki i Europy. Przekaz obecny w fonosferze tej kultury, czyli w rapie, podobnie jak literatura awanturnicza, odnosi się w gruncie rzeczy do zagadnień uniwersalnych, takich jak przemoc, niesprawiedliwość, prostytutka, zabójstwa na ulicach, narkomania, trudności ze startem życiowym (tamże, s. 121). Folklor to sztuka synkretyczna, znamieną dla społeczności pierwotnych i plemiennych, także subkulturowych. Wyraża on podstawowe potrzeby egzystencjalne, wyrasta z doświadczenia życia wspólnotowego i zarazem to życie modeluje, jest rzeczywistością symboliczno-artystyczną małych grup i wspólnot typu emocjonalnego, nośnikiem więzi grupowych⁷. Podobnie hip-hop, jest synkretyczną sztuką — MC-ing, Dj-ing, break dance i graffiti — uprawianą przez subkulturową wspólnotę, manifestującą swoją jedność z ulicą jako miejscem własnego dojrzewania. Paradoksalnie jednak polski hip-hop — podobnie jak *cooltura nastolatka* — należy do kultury popularnej, ponieważ od końca lat dziewięćdziesiątych przestał być zjawiskiem niszowym i uległ komercjalizacji. Jednocześnie rap nie jest w Polsce tylko głosem robotniczej podklasy społeczeństwa, ale także głosem ludzi, których zasoby osobiste (np. wyższe wykształcenie) są niewykorzystane i trwonione. Wielu spośród polskich wykonawców hip-hopowych ma ukończone studia bądź kształci się na uczelniach wyższych (np. PeIH, Mezo, Eldo). Hip-hop w Polsce — i tu kończy się jego podobieństwo do *coolтуры nastolatka* — to krzyk rozpaczy i wyraz frustracji, doświadczanych przez wielu młodych ludzi. Jako taki, jest przeciwieństwem *coolтуры nastolatka*, która afirmuje życie i zabawę. Dyskurs *hip-hopowy* bliższy jest negatywnych konsekwencji polskich przemian transformacyjnych, o których pisze Krystyna Szafraniec: „Społeczny potencjał młodości nie jest współcześnie w większości w Polsce wykorzystywany. Postępujące bezrobocie wśród młodzieży, która już dziś stanowi 40% ogółu bezrobotnych, coraz trudniejsze jest wchodzenie w samodzielność i do-

⁷ *Encyklopedia Gazety Wyborczej*, T. 5. Hasła opracowane przez Wydawnictwo Naukowe PWN.

rosłość (w tym demograficzne konsekwencje tego zjawiska), rosnąca w niektórych kręgach agresja i zniechęcenie, porażająca nieobecność młodych w publicznej sferze życia — są tu najbardziej spektakularnymi przykładami. Wiele socjologicznych diagnoz zdaje się potwierdzać tezę, iż polska młodzież jest »porzuconą« i »przegraną« generacją. Pośród niej są mniej i bardziej przegrani» (S z a f r a n i e c, 2005: 126). Przykładem może być folklor śląskich raperów z zespołu Hasiok, dający wyraz trudnemu położeniu życiowemu młodzieży tkwiącej w rzeczywistości familoków i kopalń. W tekstach Hasioka Śląsk nie kojarzy się z górniczą orkiestrą, Barbórką czy filmami Kazimierza Kutza. Hasiok buduje obraz swego regionu na wzór amerykańskiego getta, gdzie trzydziestoletnie cadillaki pełne Portorykańczyków i broń zastępuje tramwaj nr 12 (B i e l a k, 2006: 56).

Dyskurs *hip-hopowy*, któremu zarzuca się skrajny pesymizm i formułowanie zachęt do szkodliwych zachowań społecznych (np. palenia marihuany), jest w swej istocie przesycony treściami moralizatorskimi. Z jednej strony hip-hopowy przekaz mówi o nihilistycznej, skurumpowanej i trudnej rzeczywistości (skrajnie negatywny obraz świata), co wiąże się z doświadczeniami sfrustrowanej i pozbawionej szans życiowych młodzieży, z drugiej zaś przekaz ten przesycony jest społecznie konstruktywnymi zawołaniami do dzielnego i uczciwego przeciwstawiania się zniechęceniu. Obraz świata w tekstach hip-hopowych jest skrajnie negatywny. Choć nie powinno się utożsamiać hip-hopowców z blockersami⁸, którym przypisuje się wandalizm, narkomanię i agresję, to trzeba przyznać, że kultura hip-hopowa jest kulturą wielkich blokowisk, gdzie ze szczególną wyrazistością zaznaczają się negatywne zjawiska, takie jak bezrobocie, rozwarstwienie społeczne, przemoc i wiele innych, które składają się na doświadczenie życiowe młodych ludzi tworzących teksty muzyki hip-hopowej:

Wychowani w ulicznym syfie [...]
W betonowych płytach [...]
Ulice przepełnione menelami.
Oglądamy jak marnują sobie życie procentami [...]
Patrzymy na życie z betonowej otchłani.

(Killaz Group, *Betonowe lasy*)

⁸ Wydany przez śląskich policjantów instruktaż postępowania z młodzieżą, przeznaczony dla nauczycieli, który otrzymał wsparcie Sądu Okręgowego w Katowicach oraz Śląskiego Kuratora Oświaty, słusznie rozgranicza te dwie subkultury: raperów (szerzej hip-hop) od blockersów, włączając obie — w moim przekonaniu zupełnie niesłusznie — do grupy subkultur o charakterze kryminogennym. Zob. K a l e t a, M i z e r a - S k r z y ń s k a (2005).

R. Pawlak, nauczycielka i obrończyni kultury hip-hopowej, pisze, że jej twórcy „mówią w swych utworach o patologii społecznej, która nie stanowi zjawiska kuriozalnego, ale jest wszechobecna — obok, w mieszkaniu sąsiadów, na ulicy, osiedlu, a może i w domach odbiorców tekstów. Opowiadają zatem o rozwodach, pijaństwie, molestowaniu, przemocy w rodzinie, kradzieżach, gwałtach, narkomanii, chorobach społecznych” (P a w l a k, 2004: 125). Do składowych obrazu świata zaliczyć można m.in. postrzeganie własnej przyszłości i przekonania na temat innych ludzi, czyli pewną prywatną antropologię. Jak przedstawiają się tak wyszczególnione elementy obrazu świata?

Każdy dzień to wielka niewiadoma
Czy nas czeka lepsze życie?
Szansa jest znikoma.

(WWO, *Polskie realia*)

Przyszłość prezentuje się zatem nader niepewnie. A co z postrzeganiem natury ludzkiej? Hobbesowska wizja relacji międzyludzkich, gdzie walka o przetrwanie jest zawsze walką z innymi ludźmi (S z a c k i, 2004: 67), znajduje tutaj pełne zrozumienie:

Nie ma nic za darmo —
Trzeba się o wszystko bić [...]
Ludzie biją się jak o kawałek nieba
O kromkę chleba —
Boże, przebacz!

(Fenomen, *Powiedz*)

Każdy jest chciwy, ma to zapisane w genach,
Zdolny do wszystkiego, nie patrząc, jaka cena.

(Molesta, *Wady ludzkie*)

Taki odbiór świata oraz doświadczenia życiowe, którym dają wyraz przytoczone teksty muzyki hip-hopowej, nie rokują dobrze dla ideału życia. Niemniej ideał życia, który wpisany jest w teksty polskiego rapu, emanuje walorami pozytywnymi, zarówno ze społecznego, jak i jednostkowego punktu widzenia. Oczywiście idzie tutaj o ideał życia obecny w przekazie, a nie o praktykę życia ludzi słuchających tych tekstów, którą cechować będzie z pewnością duże zróżnicowanie. Trudno dociec, czy takie pozytywne wezwania do konstruktywnych zachowań społecznych przekładają się na praktykę życia odbiorców tych treści. Niemniej, jak zauważył dziennikarz „Gazety Wyborczej” W. S t a s z e w s k i (2004), „dwudziestoparoletni już

hip-hopowi twórcy zaczynają do swoich nastoletnich słuchaczy przemawiać co najmniej jak starsi bracia, rodzice albo nauczyciele. Niektóre płyty można by puszczać w szkole na godzinach wychowawczych”. Ideał życia jako element światopoglądu wyrażanego w tekstach piosenek hip-hopowych jest jednocześnie narzędziem socjalizacji, którą będący na szczycie popularności twórcy tej kultury wydają się prowadzić wobec młodszych swoich kolegów (ziomali⁹, jak powie uczestnik kultury hip-hopowej). Oto teksty utworów, które wyrażają — mówiąc językiem W. Diltheya — dobro najwyższe, najogólniejsze zasady kierowania życiem:

Trzeba sobie radzić, bo nie żyje się jak w niebie.
Zachować twarz i przyjaciół wokół siebie.
Posłuchaj — to do Ciebie w każdym stopniu się tyczy,
Bo każdy kiedyś z grzechów musi się rozliczyć.
Masz do wyboru — być człowiekiem albo niczym.
(OMP, *Być tolerancyjnym*)

Bo darmo nikt ci nie da i zostaną marzenia.
Zamiast narzekać, zrób coś i zacznij świat swój zmieniać.
(Grammatik)

Nie skończy się świat, jeśli ty się skończysz,
ale będzie coraz gorzej, jeśli sam się pogorszysz.
Mówię to do siebie codziennie — będzie lepiej jak
na lepsze się zmienię.
Ilu klnie, że jest źle i dalej brnie [...]
Podejmij decyzję, rzuć truciznę, kochaj Ojczyznę
choćby nie wiem jak przegnita biurokratyzmem
nazywaj idiotyzmem lub utopią. Co zrobisz? To co
wszyscy robią?

(WWO, *Nie bój się zmiany na lepsze*)

Mimo trudnych doświadczeń życiowych i negatywnej wizji funkcjonowania tego świata (dramatyczny *Lebenswelt*), zobrazowanych w przytoczonych tekstach, przekaz hip-hopowy — inaczej niż punkowe hasło *no future* — wzywa do wysiłku życiowego, do odwagi bycia i zmieniania otaczającej rzeczywistości na lepszą, pielegnowania przyjaźni, pozostania „człowiekiem” w odhumanizowanym świecie. I chociaż podobne doświadczenie bezrobocia, monotonii, szarości oraz

⁹ „Ziomał, ziomek — inaczej kumpel, koleś, kolega, przyjaciel, ktoś bliski, często pochodzący z jednego podwórka” (Rychła, 2005: 88).

bezsensu walki z losem miała angielska młodzież lat sześćdziesiątych, która zasilala szeregi skinheadów, to hip-hopowcy, w odróżnieniu od skinów, nie przejawiają chęci zemsty wobec nieprzyjaznej rzeczywistości¹⁰. Tymczasem dla hip-hopowców, jak i dla skinów sposób percepcji i ewakuacji własnej sytuacji życiowej to istotne determinanty tworzenia tych podkultur, będące niejako odpowiedzią na beznadziejną egzystencję (S o ł t y s i a k, 2004: 113). Idealem w kulturze głównego nurtu polskiego rapu jest jednak konstruktywne zaangażowanie w otaczającą rzeczywistość:

Jak mali agenci mam na dobre życie chęci
Czym różnię się od innych (niczym), robię to, co umiem [...]
Wiedz, że także dużo umiesz, tylko w siebie brachu uwierz
Podnieś się, złap napęd, a wnet rozwiniesz tu skrzydła
Grupka bezsilnego bydła, zdychają, nie chcąc wytrwać
I ucieczka w narkotyki, riki tiki, max rozjebka [...]
Siedem chudych lat minęło, ja powoli to odczuwam
Kluby, muza, woda, na ulicach rozróżba
Tylko od ciebie zależy, jak wygląda Twoje życie [...]
Musisz spróbować wybrać właściwą drogę [...]
Wierzę w siebie, wierzę w Ciebie, wierzę w to, co robię
Miłość, ukojenie, spokój znajduję w hip hopie.

(Peja, *Właściwy wybór*)

Wyśpiewywany przez polskich raperów ideał życia przybiera często formę bardzo konkretną:

Nie kochać wszystkich jak pan Bóg, ale szanować jak człowieka
Staram się od zła i draństwa trzymać z daleka [...]

(Inespe, *Staram się*)

Nie pozwól, aby ktoś/coś miał na ciebie zgubny wpływ.
Bierz przykład z tych, co uważasz ich za mądrych [...]
Dbaj o siebie, rodzinę, ziomków i niewiaścę [...]
Pamiętaj o matce [...].

(Molesta, *Dla dzieciaków*)

¹⁰ O dzisiejszej, nieprzychylniej dla młodzieży rzeczywistości pisze E. Wysocka (2004: 453): „Współczesne przedłużanie okresu przygotowania do życia dorosłego i istniejące bariery we wchłonięciu przez społeczeństwo nowych, pełnoprawnych członków powoduje, że młodzież pozostawiona na marginesie życia społecznego zaczyna zamykać się w obrębie własnej grupy społecznej, która musi stać się opozycyjna wobec świata, który jej nie potrzebuje, co generuje konflikt pokoleń”.

Na ideał życia jako element światopoglądu składa się, oprócz własnej aktywności, niezłomności i klasycznych zasad poszanowania innych ludzi, także podtrzymywanie więzi z najbliższym otoczeniem, solidarność z własną grupą:

Trzymaj się swych ludzi, a nic ci się nie stanie [...]
Być w porządku z chłopakami to jedyny warunek.
Bo nie chodzi tutaj tylko o rymowanie,
Chodzi o to, byś miał godność i ogólne poważanie.
O swoich koleżkach miej jak najlepsze zdanie [...]
Ja trzymam z kumplami i trzymam z nimi sztamę
Nie ma takiej możliwości, żebym kiedyś dał plamę.

(Molesta, *Szacunek*)

Twoi kumple i rodzina.
Kapujesz, twoi bliscy.
W tym tkwi twoja siła.
Bo za tobą stoją wszyscy — to się liczy [...]
Bez pomocnej dłoni i bogaty jest ubogi.

(OMP, *Możesz /nic/*)

Ideał życia można by nazwać inaczej koncepcją dobrego życia, co do której coraz trudniej o zgodę w epoce późnej nowoczesności, charakteryzującej się upadkiem autorytetów, odrzuceniem wielkich Narraacji i powszechnym relatywizmem (Melosiak, Szukdla, 1998; Beck, 2002; Życiński, 2001); może poza dość powszechną dziś afirmacją zwyczajnego życia, czyli uznaniem za godne uwagi i naszych starań „tych aspektów ludzkiego życia, które wiążą się z produkcją i reprodukcją, to znaczy z pracą, wytwarzaniem rzeczy potrzebnych do życia i naszą płciowością, włączając w to małżeństwo i rodzinę” (Taylor, 2001: 391). W polskim rapie odzwierciedla się również pragnienie normalizacji i aprobaty zwyczajnego życia:

Pośród zwyczajnych chwil budzić się rano w spokoju...
Zwykle marzenie moje.
Życie w przyjaciół gronie
I na koncertach uczucie przekazywać w mikrofonie.

(Grammatik, *Zwyczajne marzenia*)

O powszechnej afirmacji życia rodzinnego w naszych czasach, które cechuje kryzys zaangażowania, o epoce, w której wyczerpały się źródła znaczeń nadających ludzkiej egzystencji sens i celowość, pisze L. Grossberg, zauważając, że rodzina okazała się jednym z ostatnich

fundamentów, na których może się oprzeć — poszukujący uzasadnienia dla swojego życia — człowiek współczesny. Stała się ona „stylem życia”, antidotum na narkomanie i problemy edukacyjne (podają za: Melosik, 1995: 171). Szczegółową analizę światopoglądu wpisanego w dyskurs *hip-hopowy* przedstawiam w rozdziale czwartym.

3. Recepcja tekstów kulturowych przez młodzież

Dwoje bohaterów Kundery, Jan i Jadwiga, patrzy na plażę dla nudystów. Jan myśli o ogrodzie rajskim, Jadwiga — o więźniach prowadzonych do gazu w obozie koncentracyjnym. Ta sama plaża w perspektywie ich wersji humanizmu niesie zupełnie inne treści.

J. Życiński (2005)

Na proces recepcji tekstów (przekazów) składają się w istocie dwa procesy. Po pierwsze, recepcja jest dekodowaniem, czyli poprawnym bądź błędnym — w zależności od kompetencji komunikacyjnej odbiorcy — odczytaniem znaczeń wpisanych w przekaz. Na tym poziomie odbiorca odnosi znak do desygnatu przezeń znaczonego. Po drugie, recepcja obejmuje — co ciekawsze — interpretację przekazu (tj. owych poprawnie bądź błędnie zidentyfikowanych znaczeń) (Mrozowski, 2001: 365). Interpretacja znaczeń zawartych w przekazie „zależy od społecznych i kulturowych ram odniesienia odbiorcy — jego wiedzy, doświadczeń, sytuacji społecznej, wartości i norm kulturowych etc. Przefiltrowanie znaczenia przekazu przez te odniesienia może prowadzić do nadania mu sensu, który nie wynika z przekazu, ale rodzi się na styku przekaz — ramy odniesienia” (tamże). Interpretacja byłaby zatem umiejscowieniem znaczenia (a szczegółowiej: desygnatu) w szerszym kontekście.

Problem z recepcją dodatkowo komplikuje się, jeśli wziąć pod uwagę, że oprócz znaczeń zawartych w tekście pisanym/spiewanym istnieje jeszcze znaczenie odbierane przez adresata, które może dalece od tych pierwszych odbiegać. Dzieje się tak w przypadku każdego tekstu, a w przypadku tekstów kultury popularnej — być może w sposób szczególny. Jak pisze L. Grossberg, „związek między odbiorcami a tekstami popularnymi jest w przeważającej mierze aktywny i produktywny [...]; żaden tekst nie daje pewności co do efektu, jaki wywoła. Ludzie podejmują nieustanny wysiłek nie po to, by odkryć znaczenia tekstów, lecz by nadać im jakiegokolwiek znaczenie,

związane z ich życiem, doświadczeniem, potrzebami i pragnieniami” (podaję za: Storey, 2003: 20). Znaczenie odbierane zależy również od zasobu wiedzy odbiorcy. Przykładowo, Biblia często mówi o śmierci jako wydarzeniu ontologicznym, duchowym, zrywającym kontakt z Bogiem, która jest efektem popełnionego grzechu (casus ogłoszenia i wstydu po grzechu pierworodnym Adama i Ewy, którzy złamali przykazanie wyrażone w symbolice owocu z drzewa zakazanego: „Nie wolno wam jeść z niego, a nawet go dotykać, abyście nie pomarli” — *Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu*, 1971: 24). Ta śmierć nie oznacza jednak ustania czynności fizjologicznych. Wielokrotne ostrzeganie na kartach Biblii przed śmiercią jako konsekwencją grzechu może wywołać sytuację, w której znaczenie nadane nie jest zbieżne ze znaczeniem odbieranym. Równocześnie nawet poprawne odczytanie symboliki śmierci po grzechu rodzić będzie — najczęściej wśród chrześcijan — wielość interpretacji dotyczących np. objawów śmierci duchowej na poziomie życia codziennego.

Abstrahując od kwestii istnienia (obóz konserwatywny, strukturalistyczny) bądź nieistnienia (obóz postmodernistyczny, poststrukturalistyczny bądź neopragmatyczny) kanonu znaczeń podstawowych i prawomocnych wykładni, obiektywnego kodu, do którego moglibyśmy się odwołać w razie wykluczających się interpretacji jakiegoś tekstu, należy zgodzić się co do konstatacji, iż tekst niesie w sobie wielość potencjalnych odczytań. Można powiedzieć za Stanisławem Lemem, że cechy dzieła (tekstu) przypominają raczej właściwości podmiotu, a struktura jego znaczenia — kulturową naturę ludzkiej tożsamości. Stanowi bowiem dzieło całość dynamiczną i otwartą, uchwytną tylko w procesie i w aktach lekturowego doświadczenia. To, co się fachowo nazywa „semantyczną strukturą dzieła”, jest — tłumaczył Lem — skutkiem ustalenia się chwiejnej równowagi pomiędzy wewnętrznymi cechami utworu a na pozór zewnętrznymi wobec niego cechami „stabilizującego odbioru” czytającej wspólnoty (podaję za: Nycz, 2006). Stuartowi Hallowi zawdzięczamy przesunięcie akcentu analizy z ideologii ukrytej w tekstach na ideologię odczytywaną przez samych odbiorców. W schemacie kodowania-dekodowania tekst sytuuje się między producentem, który nadał mu znaczenie własne, a odbiorcami, którzy odczytują go w swój, niekoniecznie identyczny, sposób. Schemat Halla odróżnia ideologię nadaną od ideologii odebranej. Jeśli nawet istnieje „preferowane odczytanie” tekstu, nie jest to jedyne możliwe dekodowanie przekazu (Goban-Klas, 2005b: 138). Bez wątpienia, istnieją teksty bardziej jednoznaczne (semantycznie zamknięte), mogące być argumentem za istnieniem uniwersalnego kodu, dającego się z dużą dozą prawdopodobieństwa poprawnie deko-

dować (interpretować zgodnie z intencją nadawcy). Nie każde jednak dzieło (tekst) wykazuje semantyczną zamkniętość. Jest oczywiste, że dosłowność zamyka dzieło na potencjalność odczytań. Jednakże „nawet sztywna konwencja gatunkowa i zamknięta struktura nie może całkowicie ograniczyć odbiorcy i narzucić mu jednego sposobu interpretacji przekazu” (M r o z o w s k i, 2001: 370). Semantyczne otwarcie — według U. Eco — cechuje dobrą (wysoką) literaturę. Tym samym aktywną rolę interpretatora uprawomocnia się w odczytywaniu tekstów mających wartość estetyczną (E c o, 1996: 25). Najbardziej wyrazistym przykładem będzie interpretowanie poezji operującej symbolami i alegoriami. Wydaje się jednak, że nawet (pop)teksty — pozornie dość jednoznaczne, semantycznie zamknięte — mogą nieść w sobie sprzeczne znaczenia, tym bardziej że takie teksty wykazywały zawsze płynne granice, nie służyły jednej ideologii, permanentnie krzyżowały granice kultury wysokiej i niskiej, zmieniając ciągle własne oblicze i znaczenia (K l e i n, 2004: 42). Podsumowując, można powiedzieć za U. Eco, że „tekst może być otwarty, gdy jego dyskurs nie próbuje ograniczyć odbiorcy do jednej konkretnej interpretacji, lub zamknięty, gdy istnieje silne ograniczenie możliwych interpretacji” (podają za: G o b a n - K l a s, 2005b: 189).

S. Hall pisze o trzech sposobach dekodowania tekstu przez odbiorcę. Pierwszy jest dekodowaniem w kategoriach tego samego układu odniesienia, w którym tekst był kodowany. Odbiorca funkcjonuje w ramach kodu dominującego, czyli odczytuje go zgodnie z intencją nadawcy. Drugi sposób dekodowania polega na dekontekstualizacji preferowanego kodu i jego przeniesieniu do alternatywnego układu odniesienia. Jest to dekodowanie sprzeczne z intencjami nadawcy. W tym przypadku odbiorca funkcjonuje w ramach kodu opozycyjnego. Trzeci rodzaj dekodowania ma charakter negocjowania (dekodowanie negocjowane). Zawiera mieszankę adaptacyjnych i opozycyjnych elementów. Odbiorca uznaje proponowane definicje i znaczenia na poziomie abstrakcyjnym, a równocześnie wykorzystuje „własne zasady” na poziomie „sytuacyjnym”. Ostatni sposób dekodowania jest prawdopodobnie najczęstszy. Za przykład mógłby służyć „przypadek robotnika, który zgadza się — w ogólności — z twierdzeniem podanym w wiadomościach, że wzrost płac jest przyczyną inflacji, domagając się jednocześnie prawa do strajku o lepszą płacę i poprawę warunków pracy” (S t o r e y, 2003: 20). Dlaczego zatem ten sam tekst — wciąż pozostając tym samym kodem — będzie miał inne przełożenie (odczytanie) wśród różnych grup odbiorców? D. Morley tłumaczył to przynależnością klasową — postrzegamy coś albo jako korzystne dla siebie, albo jako niekorzystne, bo związane z interesem innych

ludzi; interesem, który jest sprzeczny z moim (podaję za: Storey, 2003: 22–24).

Pomijając wyłaniające się tutaj wątki marksizmu, warto zwrócić uwagę na bardzo ciekawe rozważania D. Morleya dotyczące różnych dyskursów, w ramach których ludzie czytają docierające do nich przekazy. Każdy z nas jest członkiem jakiejś grupy społecznej, a co za tym idzie — podziela związane z nią różnorodne wartości. „To, czym ludzie są, tj. w jaki sposób myślą o sobie i w jaki sposób są przygotowani do działania, jest wyznaczone przez ich członkostwo w grupach. [...] geneza osobowości leży w punkcie przecięcia się niezliczonych wpływów społecznych; jest to końcowym produktem wpływu najróżniejszych grup i faz przystosowania się” — powtarza, za G. Simmelem, J.H. Turner (2004: 408). Przekładając te konstatacje socjologiczne na odpowiedź na pytanie o źródło pochodzenia różnic w odczytywaniu tekstów, możemy powiedzieć, że im silniejszy dyskurs określonej grupy, której jesteśmy uczestnikiem, tym większe prawdopodobieństwo, że w ramach właśnie tego dyskursywnego układu odniesienia będziemy dokonywać odczytywań tekstów kulturowych. D. Morley (podaję za: Storey, 2003: 23) wyjaśnia to następująco: „Podmiot społeczny stale pozostaje w polu oddziaływania wielu dyskursów, z których pewne występują równolegle i nawzajem się wzmacniają, inne zaś pozostają w sprzeczności oraz blokują lub modyfikują skuteczne oddziaływanie na podmiot innych dyskursów. Owe dyskursy zawsze pozostają w pozytywnym bądź negatywnym związku z podmiotem i tekstem, jakkolwiek ich działanie jest bardziej widoczne, gdy ma ono charakter raczej negujący i sprzeczny niż potwierdzający i wzmacniający”. A zatem katolicki, nihilistyczny, feministyczny bądź jakiegokolwiek inny układ odniesienia będzie determinował sposób odczytywania tekstów kultury popularnej, pozostając w zgodzie (dekodowanie wewnątrz układu dominującego), bądź nie, z intencją nadawcy. Podsumowując, „o recepcji treści decydują odbiorcy ze względu na ich system wartości i postawy wobec różnych zdarzeń i zjawisk, które składają się na komunikat. To, czego dowiadują się z komunikatów, oceniają zgodnie z indywidualnymi kryteriami dobra i zła, prawdy i fałszu, sprawiedliwości i krzywdy. Te oceny stanowią podstawę interpretacji przyswajanych wiadomości. Odbiór treści może być także warunkowany [...] wpływem grup społecznych, z którymi czuje się on związany, oraz bezpośrednimi kontaktami międzyludzkimi, w czasie których przekazywane są poglądy i opinie przywódców grup” (Klapper, podaję za: Fiebig, 2001: 40). Do czynników modyfikujących odbiór niektórzy autorzy zaliczają także przynależność pokoleniową, przynależność etniczną i płeć (Jakubowski, 2006: 67).

Można by jednak zapytać, czy wszystkie interpretacje są dozwolone i prawomocne. U. Eco proponuje przyjąć „pewien rodzaj zasady Popperowskiej, a mianowicie jeżeli nie istnieją reguły pozwalające stwierdzić, które interpretacje są »najlepsze«, istnieje przynajmniej reguła pozwalająca stwierdzić, które są »złe«” (Eco, 1996: 51—52). Autor ilustruje to takim przykładem: jeśli Kuba Rozpruwacz tłumaczy swoje czyny lekturą Ewangelii według św. Łukasza, to należy uznać jego interpretację za błędną, a jego samego za wariata. Nakazuje to nie tylko zdrowy rozsądek, ale i logika, która mówi, że jeśli p , to $\sim q$ (jeśli miłość, to nie okrutne znęcanie się i uśmiercanie). Istnieją również inne sposoby rozpoznania, czy mamy do czynienia z interpretacją właściwą. Można sprawdzać domysł (interpretację) z tekstem jako spójną całością. „Metoda ta jest również nienowa i pochodzi od świętego Augustyna (*De doctrina christiana*): każda interpretacja pewnego fragmentu tekstu może być przyjęta, jeśli zyska potwierdzenie w innym fragmencie, i musi zostać odrzucona, jeżeli inny fragment jej przeczy” (Eco, 1996: 64). Ponadto, jak stwierdza J. Bruner, nierzadko dzieje się tak, że „rozumienie czegoś w określony sposób nie wyklucza innych interpretacji, gdyż jest »poprawne« lub »niewłaściwe« wyłącznie z określonej, przyjętej perspektywy. Jednak »poprawność« określonych interpretacji — zależna od przyjętej perspektywy — odzwierciedla również reguły zasadności, zgodności i spójności. Nie »wszystko ujdzie« [...]” (Bruner, 2006: 30). Sposób odczytywania i interpretowania przez młodzież znaczeń światopoglądowych — znaczeń zawierających się w czasopismach i tekstach muzycznych — jest przedmiotem analiz w części badawczej niniejszej pracy.

Zdaniem Johna Fiske — jak pisze Z. Melosik — w przypadku kultury popularnej rzadko występuje dekodowanie w ramach tego samego układu odniesienia. Jeśli jest tak, jak uważa Fiske, to dekodowanie następuje, jak myślę, również ze względu na tekst sam w sobie (cechy samego tekstu), a nie tylko ze względu na różnorodność doświadczeń odbiorców czy zajmowane przez nich pozycje społeczne, które determinują sposób „odczytywania” zarówno tekstów kultury popularnej, ale i samej rzeczywistości (w sensie *Lebenswelt*). Brak pewności, że tekst zostanie odczytany w tym samym układzie odniesienia, wynika m.in. z tego, że najczęściej „teksty kultury popularnej nie są jednoznaczne i ostateczne; są natomiast pełne »luk«, »nieadekwatności« i »sprzeczności«. Nabierają znaczenia dopiero w określonym kontekście przestrzennym i czasowym; w trakcie określonego sposobu czytania” (Melosik, 1995a: 225). Skrajnym tego typu poglądem będzie przekonanie T. Todorova, że „tekst jest tylko piknikiem, na który autor przynosi tylko słowa, czytelnicy zaś — sens”

(podaję za: Ż y c i ń s k i, 2001: 140). Te same pojęcia odsyłają do różnych desygnatów; nazwy przedmiotów wywołują odmienne emocje. Można przypuszczać, że sposób czytania kultury popularnej przez młodzież będzie miał charakter heteronomiczny, ponieważ teksty kultury popularnej cechuje semiotyczna otwartość, tkwiąca nie tylko w intertekstualności kultury, ale i w samej strukturze tekstu. Podsumowując, należy się spodziewać, że odmienne od zamysłu nadawcy czytanie kultury popularnej przez młodzież — jeśli już wystąpi — będzie nie tylko efektem różnego kontekstu społecznego i pozycji społecznej, jaką zajmuje w społeczności odbiorca, ale będzie wynikało także ze struktury tekstu, z wieloznaczności obecnych w nim pojęć; będzie tkwiło w terminologicznym chaosie, który nie rzadko jest wynikiem umysłowej miernoty nadawców.

Wśród zmiennych modyfikujących recepcję kultury popularnej przez młodych ludzi trzeba zwrócić uwagę na takie atrybuty, jak pochodzenie społeczne (a ściślej wykształcenie ojca), miejsce zamieszkania (wieś *versus* miasto) oraz płeć. Znane jest zjawisko tzw. dziedziczenia wykształcenia, opisane w realiach polskich przez H. D o m a ń s k i e g o (2000b), polegające na dążeniu dzieci z rodzin o wysokim statusie edukacyjnym do osiągnięcia podobnego statusu. Jakość recepcji przez młodzież oraz interpretacja nie tylko tekstów kultury popularnej, ale i całej otaczającej rzeczywistości — można zaryzykować takie twierdzenie — determinowane są poziomem wykształcenia jej rodziców oraz jej edukacyjnymi aspiracjami. Wysokie wykształcenie rodziców nie pozostaje prawdopodobnie bez wpływu na zdolności „czytania” rzeczywistości, poziom krytycyzmu i perspektywę poznawczą ich dzieci — „pozwala lepiej rozumieć świat (poszerza perspektywę poznawczą i życiową jednostki, podwyższa jej sprawność intelektualną, uczy wnioskowania, uogólniania, wprowadza w świat, który przedtem w ogóle dla nas nie istniał). [...] wykształcenie powiększa zdolności komunikacji społecznej jednostki (uczy perspektywy »innego« i uczy tolerancji). Te natomiast zwrotnie działają na wiedzę i styl funkcjonowania w społeczeństwie” (S z a f r a n i e c, 2005: 134). Owo zwrotne działanie wykształcenia może odzwierciedlać się także w recepcji kultury popularnej przez dzieci rodziców z wyższym wykształceniem.

Za kolejną zmienną modyfikującą uznaje się miejsce zamieszkania młodzieży. Truizmem pozostaje twierdzenie, że istnieje duża cywilizacyjna luka pomiędzy Polską miejską a Polską wiejską. Według K. Szafraniec, młodzież wiejska przegrywa z młodzieżą miejską poziomem różnych umiejętności. Badania, które przytacza ta autorka, pokazują, że „dobrą znajomość języków obcych można przypisać 8,3% młodzieży wiejskiej oraz 23% młodzieży z miasta. Umiejętność obsługi

komputera posiada [...] 56% młodych ludzi ze wsi i 70% z miasta” (S z a f r a n i e c, 2005: 128). Należy spodziewać się, że także interpretacja (recepja) wytworów kultury popularnej będzie sprawnością inaczej opanowaną i wykorzystywaną przez młodych z miasta, a inaczej przez młodych ze wsi. Można bowiem powiedzieć, że istnieje tzw. kultura wsi i kultura miasta, które — jest wielce prawdopodobne — odrębnie usposabiają swoich uczestników do „czytania”, recepcji kultury masowej (popularnej). I choć niektórzy badacze zauważają, że udział mieszkańców wsi w kulturze został zdominowany przez kulturę masową, ponieważ tradycyjna kultura ludowa weszła kilkadziesiąt lat temu w fazę zaniku, gubiąc własną tożsamość, swój język, obyczaj, kategorie percepcji świata i tradycję (S t y k, 2005: 207), to mimo wszystko nadal mówi się o kulturze wsi (C h a ł a s, 2005). Składają się na nią gwara i nazewnictwo, swoista historia i typ więzi społecznej — na wsi typu *Gemeinschaft*, w mieście typu *Gesellschaft*, mówiąc językiem F. Tönniesa — być może częstsze występowanie tzw. przywódców opinii, którzy w wymiarze lokalnym modyfikują docierający do społeczności wiejskiej przekaz medialny.

Pojmując recepcję bardzo szeroko, można by w jej zakres znaczeniowy włączyć również to, co odbiorca robi z docierającymi do niego treściami, czyli to, jakie podejmuje działania w wyniku kontaktu z danym przekazem. Miasto to przestrzeń, która stwarza konsumentom kultury popularnej znacznie więcej możliwości odpowiedzenia na jej przekaz; kultura ta zachęca do eksperymentowania z własną tożsamością, żywi się ciągłą zmiennością, porzuca tradycyjne odniesienia, poszukując coraz to nowych obszarów nieskrępowanej niczym autokreacji. Społeczność wiejska ma znacznie mniej tolerancji dla (po)nowoczesnych eksperymentów na ludzkim ciele i duszy. O przestrzeniach miasta i wsi, które konstytuują zupełnie inne ramy dla recepcji, tak pisze M. K r a j e w s k i (2005: 50—51): „Miasto jest przede wszystkim zbiorowiskiem Obcych, a więc osób, które pozostają wobec siebie w bliskości przestrzennej, ale są odległe duchowo. Fakt ten ma dwie podstawowe konsekwencje: w takim środowisku mogą być każdym, kogo jestem w stanie odgrywać, o ile tylko inni nie podważą i nie zdyskredytują mojej tożsamości, mogą tu również bezkarne przyglądać się innym, obserwować ich i naśladować. O ile w społeczeństwach tradycyjnych i środowisku wiejskim każdy ma i zna swoje miejsce, zaś poszczególne warstwy żyją odizolowane od siebie zarówno przestrzennie, jak i społecznie czy kulturowo, oddzielone szczelnymi granicami, o tyle w środowisku miejskim wszelkie różnice podatne są na ich przekraczanie i zamazywanie, możliwe do podważenia i zanegowania, stają się arbitralne i uzależnione od jed-

nostkowych zdolności odgrywania i naśladowania tych, którzy są odlegli (społecznie, przestrzennie, kulturowo), ale z którymi jednostka się utożsamia”. Żyjąc na wsi, gdzie mechanizmy kontroli społecznej wykazują jeszcze pewną żywotność, znacznie trudniej korzysta się z popkulturowych ofert, które zachęcają dziewczyny do „wyhaczania” chłopaków lub nabywania środków antykoncepcyjnych. Także dyskurs *hip-hopowy* inaczej musi „rezonować” w środowisku wiejskim, gdzie sympatycy skomercjalizowanej kultury rapu, zamiast w klatce schodowej, stoją na jedynym we wsi przystanku autobusowym.

Osobnym przedmiotem rozważań — związanym z problemem recepcji — można uczynić umiejętność **krytycznego dekodowania** treści kultury popularnej. Szczególnie silna w jej przekazach wydaje się funkcja perswazyjna wypowiedzi, która polega na „usiłowaniu uzyskania realnego wpływu na sposób myślenia lub postępowania odbiorcy, jednak nie drogą bezpośredniego rozkazu, lecz metodą utajoną i pośrednią” (Barańczak, podaje za: K a r w a t o w s k a, 2006: 143). Nie brakuje głosów zarzucających treściom, zwłaszcza czasopism młodzieżowych, intencje manipulacyjne. Wszak kreowaniu wizerunku nastolatki w takich czasopismach, jak „Bravo”, czy „Bravo Girl”, towarzyszy reklama kosmetyków oraz firm odzieżowych produkujących niezbędne gadzety tworzące ów wizerunek (perswazja jest na tyle dosłowna, że produkty prezentowane są wraz z ceną i zdjęciem, a nierzadko towarzyszy temu jeszcze podanie miejsca, gdzie można je nabyć). Jest to celowa strategia marketingowa, zwana *product placement* (Lisowska-Magdziarz, 2006). Na temat etyczności takich zabiegów marketingowych obecnych w prasie młodzieżowej, po którą sięgają 12-, 13-, 14-latki, będą pewnie różne opinie, ale większość już jednoznacznie oceni pozytywną rolę edukacji (także tej ujętej w programach nauczania realizowanego w szkole) ukierunkowanej na budowanie umiejętności krytycznego dekodowania treści kultury popularnej.

Nie ma wątpliwości, że w dobie szumu informacyjnego i zagrożeń, związanych z rosnącym znaczeniem socjalizacyjnym coraz bardziej powszechnych mediów (zwłaszcza nowych, takich jak Internet), istnieje potrzeba kształcenia umiejętności krytycznego odbioru. Dawid Shumway pisze, że „celem nauczania tekstów kultury popularnej nie jest spowodowanie zmiany reakcji uczniów na nie, ale nauczanie ich, jak można krytycznie czytać i owe teksty, i wywoływane przez nie reakcje. Wymaga to oddzielenia przez nauczyciela odbioru kultury i jej interpretacji, wymaga podjęcia próby utrzymania dialektycznego napięcia między przyjemnościowym zaangażowaniem odbiorcy a krytycznym dystansem” (podaje za: S z k u d l a r e k, 1993: 146). Opera-

cjonalizując pojęcie krytycznego dekodowania, należałoby wymienić takie zdolności, jak: umiejętność i odczuwanie potrzeby wartościowania zjawisk kulturowych, odróżnianie i określanie ich specyfiki, odnajdywanie i reagowanie na chwyt manipulacyjny w różnych tekstach kultury, umiejętność odróżnienia przekazów kreacyjnych od informacyjnych, fikcji od rzeczywistości, opinii od faktów (Morawska, 2006; Bolińska, 2006). Współczesny nauczyciel „musi wraz z uczniami rozwiązywać nie tylko testy, ale też ich problemy — inaczej będą bezrefleksyjni wobec popkultury preferującej przyjemność bez wysiłku. Musi być krytyczny wobec komunikatów, które fałszują rzeczywistość celem wzbudzenia potrzeb, aby zwiększyć sprzedaż, i musi przekonać o tym swoich uczniów” (Radziej-Winnicki, Roter, 2006).

Cel edukacji medialnej zostałby osiągnięty, gdyby młodzież zaczęła na podstawie określonych kryteriów wybierać (odrzucać) przekazywane treści, które — według niej — sprawiają, że w wyniku ich recepcji albo zyskuje (intelektualnie, emocjonalnie), albo traci i marnuje czas. Konieczne wydaje się uczenie „selektywnego — tj. świadomego wyboru najbardziej wartościowych pozycji i dogłębnego ich odbioru. Współcześnie, kiedy do człowieka kierowane są różnorakie oferty o stosunkowo niskim poziomie, jest to problem szczególnie istotny. Stąd istnieje pedagogiczne zadanie: nauczyć wyboru, wprowadzić w tajemnice języka przekazu i uwrażliwić estetycznie, aby odbiorca nie czuł się bezradny wobec natłoku różnorodnych treści. Chodzi zatem o zabiegi uprzystępniające odbiór, który ma być pełny i całościowy, charakteryzujący się percepcją wszystkich warstw, ponadto zaangażowaniem uczuciowym i intelektualnym. Taki selektywny wybór uznawanych programów i aktywny (dogłębny) ich odbiór jest najbardziej wartościowy” (Gajda, 2007: 73—74). Podobnie uczenie umiejętności recepcji rozumie A. Przeclawska, która postuluje kształcenie postawy „aktywnego odbioru”, czyli recepcji opartej na refleksji płynącej z systemu wartości młodego człowieka (podaje za: Kossowski, Świerczyńska-Jelonk, 2007).

Omawiane zjawisko konieczności wyrabiania umiejętności krytycznego i selektywnego odbioru treści kulturowych nabiera dodatkowej istotności, jeśli dostrzeżemy tendencję, o której pisze Dz. Janowski (2006: 22—23). Otóż postęp technologiczny powoduje, że już w nieodległym czasie wystarczy zatrudnienie w gospodarce bardzo niewielkiej grupy osób w wieku produkcyjnym. Reszta będzie mogła poświęcić się zajęciom „nieprodukcyjnym”, zaliczanym do sfery kultury symbolicznej (artystycznym, naukowym, rekreacyjnym, sporto-

wym, ludycznym, autoedukacyjnym), to jest tzw. zajęciom wolnoczasowym. Wobec tego pedagog powinien założyć również negatywny scenariusz rozwoju zdarzeń — wolność i autonomia domagają się przecież dojrzałości — i zapytać, jaka będzie „egzystencjalna, psychiczna i społeczna treść i wartość zajęć czasu wolnego w sytuacji, gdy jego podmiot odda ogrom swego potencjału psychicznego i witalnego w »zagospodarowanie« producentom, menedżerom, kupcom i politykom, a więc wystąpi w kulturze symbolicznej jedynie w roli nabywcy, konsumenta, odbiorcy, a sam pozostanie nietwórczy, pasywny, często niezdolny do samodzielnej oceny faktów, procesów, zdarzeń, projektów, także niepotrafiący ocenić własnych możliwości i ustalić swych powinności, stawiać sobie wymagania z uwzględnieniem uniwersalnych odniesień aksjologicznych, domagających się od niego stale nowych dookreśleń i interpretacji” (tamże, s. 23).

Mówiąc zatem o jakże pożądanej dzisiaj umiejętności krytycznego dekodowania, należy mieć na myśli samozwrotność podmiotu, którą A. Giddens (2001: 317) definiuje jako sytuację, w której relacje społeczne lub elementy świata naturalnego — można by dodać także: recepcja treści kultury popularnej — są refleksyjnie organizowane w kategoriach kryteriów wewnętrznych. W kwestii samozwrotności warto uczynić pewne porządkujące rozróżnienie, mianowicie samozwrotności sposobu i samozwrotności treści. Podział ten Ch. Taylor ilustruje na przykładzie ideału autentyczności. „Na pewnym poziomie ideał ten wpływa na sposób przyjęcia jakiegokolwiek celu bądź stylu życia. Autentyczność cechuje niewątpliwie samoodniesienie: coś musi być moją orientacją. Nie oznacza to jednak, że na innym poziomie treść musi być również samozwrotna, a mianowicie iż moje cele muszą wyrażać czy spełniać moje pragnienia bądź aspiracje [...]. Mogę odnaleźć wszak spełnienie w Bogu, w »sprawie« politycznej czy w uprawie roli” (T a y l o r, 2002: 80; podkr. — M.B.). Otóż krytyczne dekodowanie — które według pedagogiki krytycznej jest **oporem** wobec przekazu narzucającego obcy, „nie własny” świat wartości i odniesień — jest *par excellence* samozwrotnością sposobu, ponieważ bycie krytycznym cechuje zindywidualizowany punkt widzenia; bycie krytycznym oznacza odniesienie i ocenę danych treści, np. kultury popularnej, do własnych kryteriów racjonalizmu i dobrego smaku, do własnych kryteriów wewnętrznych. Bycie krytycznym nie wymaga natomiast samozwrotności treści, a wręcz przeciwnie — krytykuje się zawsze z jakiegoś punktu widzenia; z perspektywy jakiegoś światopoglądu i paradygmatu; w najlepszym wypadku z punktu widzenia własnego *Lebensweltu*; a zatem bycie krytycznym oznacza czerpanie kontrargumentów ze szkoły myślenia, której jest się członkiem, repre-

zentantem. O tej subtelnej różnicy w jednostkowej postawie wobec treści, z którymi styka się człowiek, pisze również A. Bielik-Robson (2000: 324): „To, co *indywidualne*, nie jest tym samym, co *prywatne*. Epifania nowoczesna [w rozumieniu autorki epifania to własny, twórczy i teleologiczny horyzont sensotwórczy — M.B.] może więc być *indywidualna* — ale to nie znaczy, że musi być ona automatycznie prywatna, a więc ważna tylko dla tej jednej osoby, której się przydarzyła, ograniczona tylko do jej wewnętrznego, prywatnego użytku”. Gorzej, jeśli młody człowiek nie ma własnego poglądu, a jego racjonalności nie cechuje dojrzałość, to znaczy nie podejmuje on relatywizacji czegokolwiek, ponieważ określony punkt widzenia wydaje mu się jedynym, jaki istnieje. Innym tego aspektem jest spłaszczanie doświadczania świata przez same media. „Recepcja przekazów w sposób bezrefleksyjny, bez poddania ich racjonalnej ocenie może być przyczyną hamowania rozwoju osobowości i tworzenia się sfer irracjonalności w myśleniu i działaniu. Bywa tak szczególnie wtedy, gdy odbierane przez jednostkę treści są niedostatecznie bogate i dlatego nie mogą być zrelatywizowane wobec obowiązujących norm i wartości danego systemu społeczno-kulturowego” (W a r z a k - C h o d a c z e k: 1995: 38). Oczywiście, zarysowana przez autorkę perspektywa może zaistnieć jedynie w ubogim w wartości i normy środowisku pozamedialnym (rodzinnym, lokalnym, rówieśniczym).

Jak jednak uczyć owego **oporu** współczesną młodzież? T. Szkudlarek zauważa, że „praktyka krytycznego dystansowania uczniów do form własnej cielesności, narzucanej przecież przez zewnętrzne praktyki dyskursywne [...], jest rzeczą niezmiernie delikatną [...]. Nauczyciel — jak podkreślają krytyczni pedagodzy — musi się nauczyć rozumieć, afirmować i analizować doświadczenia ucznia. To zaś oznacza nie tylko rozumienie kulturowych i społecznych form, za pośrednictwem których uczniowie uczą się definiować samych siebie, ale także nauczenie się, w jaki sposób można wykorzystać doświadczenie uczniów tak, aby go ani w nieuzasadniony sposób nie potwierdzać, ani nie pozbawić go prawomocności” (S z k u d l a r e k, 1993: 142). Cała sztuka kształcenia do krytyczności musi oznaczać edukację do **dystansu** (oporu) wobec docierających przekazów; dystansu, który jest zawsze „skądś”. Owo „skądś” (T. Szkudlarek nazywa je doświadczeniem ucznia) rzadko jest prywatne — przypuszczalnie nikt z ludzi nie ma takich doświadczeń i poglądów, jakich nie miałby kiedyś ktoś inny — rzadko wypływa ze samozwrotności treści; jest ono raczej dystansem z punktu widzenia określonych wartości (światopoglądu), co pozwala jednostce w sposób zindywidualizowany (samozwrotność sposobu) skracać bądź zwiększać dystans do odbieranych treści.

Metodologia

1. Ogólna charakterystyka założeń metapedagogicznych

Usiłując zrozumieć tekst, wcale nie przenosimy się w psychiczną dyspozycję autora, lecz — jeśli by już kto chciał koniecznie mówić tutaj o jakimś przenoszeniu się — w głoszony w tekście pogląd.

H.-G. Gadamer (1993)

Przedmiotem analiz w niniejszej pracy nie uczyniłem odczytywania zamiarów twórców tekstów popkultury — intencji tzw. autora empirycznego, jak nazywa przekaz odautorski U. Eco (1996) — chociaż identyfikacja tych intencji może zachodzić niejako przy okazji podstawowych dla tej pracy analiz, to jest próby zinterpretowania funkcji nadanej (tkwiącej w tekście), jaką mają odbierane przez młodzież treści muzyczne i czasopisma. Oprócz zidentyfikowania oferty światopoglądowej zawartej w popularnych przekazach czasopism młodzieżowych oraz tekstach muzycznych — badaniem objąłem również ich recepcję przez młodzież. Inspiracji ogólnometodologicznych do rozwiązania tak zarysowanych problemów dostarczała: metoda hermeneutyczna jako teoria interpretacji, następnie teoria ugruntowana, która podkreśla bezzałożeniowość podejścia badawczego i stopniowe generowanie wniosków (ze świadomością, że zawsze istnieje jakaś postać przedsądu wstępnego), oraz pedagogika humanistyczna (pedagogika kultury, pedagogika ducha), która orzeka o człowieku na podstawie analizy ludzkich wytworów wyrażających stan jego ducha. Pedagogika kultury — w tradycji niemieckiej pedagogika ducha: *geisteswissenschaftliche Pädagogik* — bada historycz-

nie zmienne obiektywizacje ludzkiego ducha w postaci tekstów, dzieł sztuki, instytucji, zwyczajów i obyczajów (Krüger, 2005: 21). Również założenia pedagogiki społecznej, która próbuje identyfikować siły społeczne „drzemiące” w środowisku celem ich aktywizacji i melioryzacji (Radziewicz-Winnicki, 1999), stanowiły dla mnie inspirację ogólnoteoretyczną.

Światopoglądowa treść przekazów kultury popularnej jako cel badawczy każe zwrócić się ku strategii samego tekstu, intencji tekstu, według terminologii U. Eco (1996: 61), jako przedmiotowi badań. Treść tę pedagog interesujący się kondycją współczesnej młodzieży powinien rozumieć, jeśli chce dobrze poznać nie tyle samą młodzież, ile socjalizacyjne źródła, które ją kształtują. Pojęcie **rozumienia** przywołuję z rozmysłem, ponieważ jest ono celem i procedurą¹ jednocześnie, wspólną wszystkim naukom humanistycznym, czyli naukom o duchu (*Geisteswissenschaften*) (Landgrebe, 1993: 195—196). „Rozumienie to proces analizy [...] przeżyć wyrażonych w wytworach kultury, w słowach, w znakach prowadzących do ujęcia w całościową, sensowną, zwartą strukturę owe przeżycia i doświadczenia życiowe” (Gajda, 2004). Jednym z celów badawczych prezentowanego opracowania jest interpretacja tekstów czasopism i utworów muzycznych pod względem światopoglądowym, przy czym interpretację, inaczej wykładnię, chciałbym tu rozumieć jako „zgodne z zasadami sztuki rozumienie pisemnie utrwalonych uzewnętrznień życia” (Misch, 1993: 54) — uzewnętrznień przyjmujących postać konkretnych dzieł kultury popularnej. Interpretacja jest trudną sztuką, która domaga się logicznego wywodu oraz wierności faktom semantycznym. „Wyjaśnienie poprzez interpretację — a jest to forma wyjaśnienia, nie zaś natchnione wielosłowie — kieruje uwagę na sens, jaki instytucje, działania, wyobrażenia, wypowiedzi, zdarzenia, obyczaje, wszystkie te powszechne przedmioty socjologicznego zainteresowania mają dla tych, do których należą. Nie wynikają z tego prawa w rodzaju prawa Boyle’a, sił jak u Volty czy mechanizmów jak u Darwina, lecz kon-

¹ W interesujący sposób o rozumieniu jako antypozytywistycznym paradygmacie hermeneutycznym pisze J. Bruner: „Od XVII wieku ideałem rozumienia danej rzeczy było jej przyczynowe wyjaśnienie poprzez teorie: ideał nauki [...]. W pierwszej ćwierci XX stulecia ludzie myślący byli świadkami pewnego rozstrzygającego zdarzenia. Nazwijmy go »zwrotem interpretacyjnym«. Zwrot ten wyraził się początkowo w dramacie i literaturze, następnie w historii, naukach społecznych, wreszcie — w epistemologii. Obecnie uwidacznia się w edukacji. Przedmiotem interpretacji jest rozumienie, a nie wyjaśnianie; jej instrumentem zaś analiza tekstu. [...] Rozumienie, inaczej niż wyjaśnianie, nie jest definitywne: jeden sposób narracyjnej interpretacji upadku Cesarstwa Rzymskiego nie wyklucza innych [...] wymóg stanowi tu raczej prawdopodobieństwo” (Bruner, 2006: 128—130).

strukcje przypominające ujęcia Burckhardta, Webera lub Freuda, systematyczne rozwikływanie światów pojęciowych, które zamieszkują condottiere, kalwini albo paranoicy. Sposoby konstruowania bywają rozmaite. Buckhardt maluje portrety, Weber buduje modele, Freud stawia diagnozy. Ale każdy z nich stara się określić, jak ta czy inna grupa ludzi, ta czy inna epoka, ta czy inna osoba dla siebie samej tworzy sens” (Geertz, 1996). M. Marody (1987: 192) zauważa, że po interpretację sięgamy w dwóch sytuacjach: wtedy gdy mamy pewną „treść” i musimy do niej dobrać adekwatną nazwę, gdyż nadawca nie posługiwał się ogólnym terminem danego pojęcia, oraz wtedy gdy danemu terminowi towarzyszą różne, bardziej szczegółowe treści i musimy podjąć decyzję, która z nich tworzy właściwy sens tego terminu. Teorią sztuki interpretacji zajmuje się hermeneutyka. W zasadzie hermeneutyka jako teoria interpretacji tekstów pisanych i mówionych (rozwijana przez F.E.D. Schleiermachera oraz S.J. Baumgartena) jest jedną z wielu hermeneutyk, jakie znała myśl nowożytna. Wśród pozostałych możemy wyróżnić (Gnitecki, 1996: 12):

- hermeneutykę jako epistemologię (metodologię) rozumienia (W. Dilthey),
- hermeneutykę jako ontologię rozumienia (E. Husserl, M. Heidegger),
- hermeneutykę jako filozofię rozumienia, swoście pojętą teorię poznania i epistemologię nowego typu (H.-G. Gadamer),
- hermeneutykę jako teorię refleksyjną, „hermeneutykę hermeneutyk” (P. Ricoeur),
- hermeneutykę jako teorię komunikacji symbolicznej (J. Habermas, K.O. Apel),
- hermeneutykę jako interpretację egzystencjonalną (R. Bultmann).

Samo słowo „hermeneutyka” wywodzi się z greki: czasownik *hermeneuein* oznacza ‘objaśniać sens wypowiedzi, pomóc w zrozumieniu’, rzeczownik *hermeneia* zaś — wykładnię, wyjaśnienie. Hermeneutyką nazywa się najczęściej naukę o sztuce interpretacji tekstów (Krüger, 2005: 142). Warto zaznaczyć jeszcze, że w myśli pedagogicznej pojawia się również postulat powołania do życia pedagogiki hermeneutycznej, która obok pedagogiki empirycznej (badanie faktów) raz pedagogiki prakseologicznej (badanie działań ukierunkowanych celem) wchodziłaby w skład pedagogiki ogólnej (Gnitecki, 1996: 7).

Samych zasad rozumienia pisemnie utrwalonych uzewnętrznień życia, czyli po prostu zasad rozumienia tekstów, jest pewnie tak wiele, jak wielu jest interpretatorów. Niemniej jednak możemy mówić o pewnych prawidłowościach odczytywania tekstów, a z pewnością da

się wyróżnić zasady interpretacji, które zyskały w myśli hermeneutycznej duże uznanie. Wśród nich są zasady i prawidłowości wykładni H.-G. G a d a m e r a (1993: 227—234):

- podstawą rozumienia całości musi być szczegół, a podstawą rozumienia szczegółu — całość;
- interpretatora interesuje zwłaszcza rzecz, o której traktuje tekst, a nie subiektywność jej autora;
- kto chce rozumieć tekst, ten zawsze dokonuje projektowania; z góry zaprojektowuje sobie sens całości, gdy tylko pojawi się w tekście pierwszy sens; ten zaś ukazuje się jedynie dlatego, że tekst czyta się już z pewnymi oczekiwaniami na określony sens; rozumienie polega na dopracowaniu takiego wstępnego projektu, który oczywiście stale podlega rewizji w świetle rezultatów dalszego wnikania w sens;
- każda rewizja projektu wstępnego może przedłożyć nowy projekt sensu; rywalizujące ze sobą projekty można dopracowywać równolegle, dopóki nie ustali się bardziej jednoznacznie jedność sensu; wykładnia zaczyna od pojęć wstępnych, które potem zastępuje pojęciami bardziej adekwatnymi;
- stałym zadaniem rozumienia jest przeto dopracowywanie uprawnionych, adekwatnych rzeczowo projektów, tzn. zdobycie się na antycypacje, które mają się potwierdzić dopiero „w obliczu rzeczy”;
- do możliwości rozumienia dochodzi dopiero wtedy, kiedy poglądy wstępne, którymi się ono posilkuje, nie są dowolne;
- trzeba od wewnątrz zdać sobie sprawę z własnej stronniczości, aby sam tekst zaprezentował się w swej odmienności i tym sposobem uzyskał możność wygrania swej rzeczowej prawdy wbrew wstępnemu pogładowi czytelnika.

Zaznaczyć jeszcze warto, że w teorii Gadamera rozumienie i wykładnia „są ze sobą nierozdzielnie związane” (I n e i c h e n, 1993: 239). Inny zestaw zasad — tym razem nie wykładni i rozumienia, lecz zasad analizy dyskursu — podaje T.A. van Dijk. Analiza dyskursu to studia nad ludzkimi wypowiedziami i tekstami jako aktami komunikacyjnymi. Interpretacja i rozumienie tekstów (ich zawartości znaczeniowej) będą zatem jednym z obszarów zainteresowania analizy dyskursu. Dlatego niektóre z zasad odnoszących się do analizy dyskursu muszą dotyczyć także zasad interpretacji i rozumienia tekstów. Dalej przedstawiam tylko te zasady analizy dyskursu podane przez T.A. van Dijk a (2001: 39—42), które dotyczą również interpretacji tekstów:

- najszerzej przyjmowanym założeniem w analizie dyskursu jest skierowanie właściwie całej uwagi na teksty i wypowiedzi wystę-

- pujące w naturalnych kontekstach; na studiowanie ich takimi, jakimi są, tzn. w swojej autentycznej postaci czy też w sytuacji użycia, zachodzącej w ich oryginalnych kontekstach;
- dyskurs powinien być studiowany jako konstytutywna część kontekstów lokalnych i globalnych, społecznych i kulturowych;
 - zarówno mówiony, jak i pisany dyskurs stanowi formę działania społecznego w społeczno-kulturowych kontekstach; użytkownicy języka uczestniczą w komunikacji nie tylko jako jednostki, ale także jako członkowie różnych grup, instytucji albo kultur;
 - w analizie należy szczególnie uważać, by nie narzucać przedmiotowi pojęć i kategorii przyjętych z góry przez badacza, ale też respektować sposób, w jaki członkowie danego społeczeństwa określają samych siebie i jak kategoryzują właściwości świata społecznego;
 - pamiętać należy o strukturach poznawczych, procesach mentalnych i reprezentacjach leżących u podłoża wytwarzania i odbierania tekstów i wypowiedzi; istotny jest umysł osoby mówiącej; jednak poza osobistymi przeżyciami i wspomnieniami zdarzeń (modelami) ważną rolę w dyskursie odgrywają też uwarunkowane społecznie i kulturowo reprezentacje (jak wiedza, postawy, ideologie, normy, wartości) użytkowników języka jako członków grup, podobnie jak i ich opisy oraz charakterystyki; struktury poznawcze faktycznie stanowią płaszczyznę pośredniczącą między dyskursem a społeczeństwem.

Pamięć o wymienionych zasadach wykładni i rozumienia w analizach dyskursu obecnego w tekstach muzycznych i czasopiśmie wydaje się warunkiem koniecznym poprawnego wyciągania wniosków dotyczących zawartości światopoglądowej tych tekstów.

Współczesne badania jakościowe są krytyczną kontynuacją badań hermeneutycznych, stosowanych w pedagogice od lat dwudziestych do sześćdziesiątych ubiegłego wieku (K r ü g e r, 2005: 170). W nurcie badań jakościowych powstały m.in. twierdzenia teorii ugruntowanej — także one dostarczają założeń w zakresie analizowanej tematyki. Teoria ugruntowana jest jakościową metodą badawczą, która w imię niezafałszowanego badania, otwartego na nowe wnioski poznawcze, rezygnuje ze stawiania hipotez (tamże). W ramach *grounded theory* teoretyczne kategorie i modele rozwijane są w trakcie pracy na materiale empirycznym i traktowane są jako jej wynik (J a c o b, 2001: 121). Mówi się zatem, że badacz generuje nową teorię i wnioski w trakcie swoich analiz naukowych. Twórcy tej teorii — B.G. Glaser i A.L. Strauss — wypowiadają się *explicite* przeciwko szeroko rozpowszechnionemu w badaniach społecznych postępowaniu

dedukcyjnemu, polegającemu na testowaniu hipotez, w którym empiryczne dane wykorzystuje się zaledwie do ich sprawdzenia oraz weryfikacji z góry przyjętych teorii. Tymczasem według omawianego stanowiska metateoretycznego „dane nie są ujmowane z punktu widzenia teorii, lecz teoria rozwija się w trakcie stałej dyskusji z używanymi empirycznymi danymi i formułowana jest jako wynik tego procesu. Podkreślenie wagi materiału empirycznego i swego rodzaju przesunięcie na drugi plan, w początkowej fazie procesu badawczego, teoretycznych koncepcji nie jest równoznaczne z postępowaniem pozbawionym teorii. [...] A.L. Strauss (1991) wyraźnie wskazuje na znaczenie wiedzy kontekstowej (wiedzy fachowej i teoretycznej, doświadczeń badawczych, jak i doświadczeń osobistych) dla procesu budowania teorii, podobnie jak dla doboru próby badawczej. Do procesu opracowywania danych włącza się również wiedza dotycząca tła, odnosząca się do procesów społecznych i ekonomicznych, wydarzeń historycznych oraz zmian politycznych” (Jacob, 2001: 121–122). Jak pisze K. Konecki (2000: 26–27), metodologia teorii ugruntowanej „polega na budowaniu teorii (średniego zasięgu) na podstawie systematycznie zbieranych danych empirycznych [...] hipotezy, pojęcia i własności pojęć są budowane podczas badań empirycznych oraz podczas badań są one modyfikowane i weryfikowane”, dlatego też „konceptualizacja” przedbadawcza w metodologii teorii ugruntowanej polega paradoksalnie na „maksymalnym jej ograniczeniu, aby ważne problemy i zjawiska społeczne w danym obszarze nie umknęły badaczowi oraz by stworzone pojęcia miały pełne odniesienie empiryczne” (tamże).

Przedstawione założenia ogólnometodologiczne właściwe są wielu dyscyplinom społecznym, a nie tylko określonej nurtowi nauk pedagogicznych. Można bowiem mówić o pewnej jedności metodologicznej (szczególnie ogólnometodologicznej) w naukach społecznych. A. Radziejewicz-Winnicki (2004: 168) pisze, że zdecydowana większość reprezentantów pedagogiki i socjologii jest przekonana, że warsztat pedagoga empiryka czy też socjologa empiryka bazuje na jednej z dwóch nauk, a przecież metodologia zarówno pedagogiki, jak i socjologii jest jednorodna i ogólnie należy do nauk społecznych. Warto więc pamiętać, że „metodologia pedagogiki empirycznej tkwi korzeniami w metodologii nauk społecznych. Nie ma odrębnej metodologii pedagogiki empirycznej, jest natomiast umiejętność spożytkowanie, przystosowanie i dopełnianie metodologii nauk społecznych do potrzeb pedagogiki empirycznej” (Kamiński, 1974: 50). Można zatem powiedzieć, że „nauki o wychowaniu przejęły koncepcje i techniki badawcze pochodzące przeważnie z psychologii i socjologii oraz

opracowały je według własnych kryteriów. Specyficzny zaś jest zakres przedmiotowy badań pedagogicznych” (Krüger, 2005: 141). Przedmiotowym zakresem niniejszych badań jest dyskurs światopoglądowy obecny w młodzieżowym przekazie kultury popularnej oraz jego recepcja.

Obecność w niektórych partiach niniejszej pracy pojęć i problemów natury filozoficznej oraz fragmentów ogólnoteoretycznych wpływa z przeświadczenia, że brak refleksji filozoficznej stanowi przyczynę kryzysu niektórych obszarów współczesnej pedagogiki. Cierpi ona nie tylko na brak podbudowy filozoficznej dla swoich tez, ale — jak uważa Z. Kwieciński (2000: 9) — jej mankamentem jest niedostatek teoretyczności i naukowości w ogóle; jej przedstawiciele porzucili „właściwe uprawianie na szerszą skalę pedagogiki ogólnej, pojmowanej jako studiowanie głównych kierunków poszukiwań teoretycznych sprzęgniętych z określoną filozofią, teorią rozwoju jednostki, teorią społeczną, etyką, sposobem rozumienia relacji pomiędzy państwem, społeczeństwem i jednostką”. Również pedagogika naukowa nie leży, według profesora Kwiecińskiego, w głównym nurcie refleksji nad edukacją. „Pisarstwo i badania edukacyjne są zdominowane przez twory dalekie od spełniania standardów naukowych, a pedagogiczne instytucje akademickie są przepełnione przez chętnie piszących »refleksyjnych praktyków«. Pedagogika naukowa znajduje się na marginesie akademickiej pisaniny, gadaniny i wykładactwa o nauce, wychowaniu i oświacie” (Kwieciński, 2007: 109).

Wśród pedagogów, którzy dowodzili istnienia immanentnego związku nauk o wychowaniu z filozofią, są m.in. Bogdan Suchodolski (1966), Sergiusz Hessen, który traktował pedagogikę jako filozofię stosowaną (podobnie jak techniki psychologiczne i fizjologiczne są zastosowaniem przyrodoznawstwa, a polityka — aplikacją wiedzy historycznej (podają za: Gara, 2005: 11)) oraz K. Kotłowski (1968). B. Śliwerski, kreśląc poglądy tego ostatniego, aprobowo podkreśla jego przekonanie, że „pedagogika wywodzi się z filozofii, toteż żaden z jej kierunków nie może lekceważyć tych korzeni. One bowiem stanowią ostateczny punkt odniesienia dla eksplikacji sensu wychowania. Naukowiec, usiłujący świadomie wyzwolić się w swych badaniach od wpływów filozofii, popada — z reguły nieświadomie — w zależność od innej filozofii” (Śliwerski, 2003: 13), ponieważ — jak pisał S. Hessen (1934: 137) — „pedagogika staje się stosowaną filozofią nawet wówczas, gdy próbuje zaprzeczyć swej zależności od filozofii. Bo przecież zaprzeczenie to opiera się na pozytywistycznej albo organicznej doktrynie”. Nie sposób nie zgodzić się z twierdzeniem, że o „randze, aktualności i żywotności takiej bądź in-

nej nauki świadczy właśnie obecność problematyki filozoficznej, a nie odżegnywanie się od niej” (G a r a, 2005: 9). Dlatego przyjęta w tej pracy definicja światopoglądu według W. Diltheya, typów tożsamości wywiedzionych od S. Kierkegaarda oraz problematyka semiozy inspirowana dziełami U. Eco ugruntowują niniejsze rozważania na temat „czytania” kultury popularnej przez młodzież.

2. Problemy i pytania badawcze

Głównym problemem badawczym pracy jest światopogląd zawarty w przekazie kulturowym, a dokładniej doświadczenie życia, obraz świata i ideał życia transmitowany, „przemycany” w tekstach utworów muzycznych i czasopism adresowanych do młodzieży, oraz jego recepcja. Pewną część tych tekstów (zwłaszcza muzycznych) ułożyli sami młodzi, a prezentowany światopogląd, jak można przypuszczać, jest efektem ich doświadczeń życiowych. Inne teksty są pisane dla młodzieży przez ludzi dorosłych; powstają za sprawą twórczego działania specjalistów różnych dziedzin, których nierzadko głównym celem jest jedynie sprzedaż określonego towaru w obszarze kultury popularnej. Ponieważ interpretacja wszelkich tekstów (dyskursów), czyli „zgodne z regułami rozumienie utrwalonych uzewnętrznień życia” (Dilthey, 1982: 293) — w tym przypadku takim uzewnętrznieniem są czasopisma i treść muzyki — może uwzględnić trzy znaczenia: to nadane przez autora, dalej znaczenie samego tekstu, który wyzwala się od zamiarów, jakie towarzyszyły jego powstawaniu, autonomizując swoje istnienie, oraz znaczenie percypowane przez młodzież, które może być całkowicie odmienne od zamierzonego, to badania przekazu mogą przyjąć bardzo różne ukierunkowanie. O podobnych semiotycznych subtelnościach w zakresie „czytania” kultury popularnej przez młodzież pisze Z. Melosik, zauważając, że „tekst »wchłonięty« na poziomie życia codziennego może mieć zupełnie inny charakter i wymiar ideologiczny niż tekst »wysłany«. Młodzież jest w stanie nadawać własne znaczenia każdemu tekstowi. Mogą one być przy tym sprzeczne z intencjami jego twórców” (2005b: 230—231). Sprawę dodatkowo komplikuje specyfika słowa pisanego. Młodzież może nadawać dyskursom własne znaczenia (interpretacje), jednak również sam tekst wyzwala się spod wpływu autora. W dyskursie pisanym bowiem — jak utrzymuje P. Ricoeur — „intencja autora i znaczenie tekstu przestają się zbiegać. To rozdzielenie słowne-

go znaczenia tekstu i mentalnej intencji jego autora nadaje rangę pojęciu zapisu; zapis jest czymś więcej niż tylko utrwaleniem wcześniejszego dyskursu mówionego. Dzięki zapisowi tekst zyskuje semantyczną autonomię; ta autonomia jest konsekwencją zerwania związku między mentalną intencją autora i słownym znaczeniem tekstu. Dalsze losy tekstu wymykają się ze skończonego horyzontu, w którym żył jej autor. Ważniejsze staje się teraz znaczenie samego tekstu niż to, co miał na myśli autor, kiedy go pisał” (podaję za: G o d l e w s k i, 2003: 425). I znowu znaczenie samego tekstu trzeba odróżnić od jego interpretacji (zwłaszcza sensownych, uprawomocnionych), których — wedle koncepcji nieograniczonej semiozy — może być nieskończenie dużo. Pozostając w kręgu rozważań o wielości sensownych interpretacji tekstu pisanego, należy przytoczyć krytykę koncepcji nieograniczonej semiozy w wydaniu Umberta Eco. Wyróżnia on podzbiór dopuszczalnych interpretacji, którego dopełnienie stanowią jednak nadinterpretacje (Ż y c i ń s k i, 2001: 142). Jeszcze inaczej ujmuje analizę tekstu B. Berelson, który wyróżnia trzy podejścia do materiału symbolicznego. „W pierwszym badacz interesuje się głównie cechami samej treści. W drugim próbuje on, wychodząc z analizy treści, sformułować wnioski o autorze treści bądź też wnioski dotyczące czynników tę treść wyznaczających. W trzecim podejściu badacz interpretuje treść po to, aby dowiedzieć się czegoś o cechach jej odbiorców bądź o skutkach jej oddziaływania. Rzecz jasna, iż każde z konkretnych badań może, choć nie musi, zawierać więcej niż jedno z tych pojęć” (podaję za: N o w a k, 1965: 150). W sposób bardzo jasny i odmienny kwestię tę wyklada P.T. N o w a k o w s k i (2004: 16), pisząc o trzech funkcjach tekstu pisanego. Pierwsza jest funkcją intencjonalną i wynika z zamiaru nadawcy, następnie można mówić o funkcji pełnionej, czyli o faktycznym sposobie percepcji i „reakcji” odbiorcy na tekst. Trzecia funkcja — nadana — ma charakter obiektywny i jesteśmy w stanie ją odczytać (choć nie musi być ona zgodna z zamiarem komunikatora).

Zasadniczo moje przedsięwzięcie badawcze miało pięć głównych celów poznawczych:

1. Przeprowadzenie analizy treści światopoglądowych wpisanych w wybrane teksty kultury popularnej (analiza zapisu, czyli znaczenia tekstu samego w sobie, tzw. intencji tekstu, znaczenia nadanego).
2. Ustalenie, czy funkcja nadana (intencja tekstu) pokrywa się z funkcją rzeczywistą, funkcją pełnioną tekstu (znaczenie odbierane) kultury popularnej. Osiągnięcie tego celu możliwe jest dzięki analizie recepcji.

3. Zbadanie, w jakiej mierze takie zmienne, jak płeć, wykształcenie ojca i miejsce zamieszkania (wieś, miasto), modyfikują recepcję tekstów kultury popularnej przez młodzież.
4. Poznanie pedagogicznych treści młodzieżowej kultury popularnej w zakresie upowszechnianych obrazów świata, dominujących doświadczeń oraz obecnych w tej kulturze ideałów życia.
5. Zbadanie, czy młodzież potrafi krytycznie dekodować treści kultury popularnej.

Wymienione cele dają się uporządkować w dwie grupy pytań. W badaniach tych wyróżnić można bowiem dwie płaszczyzny. Z jednej strony przedmiotem analizy są światopoglądowe treści najpopularniejszych periodyków czytanych przez młodzież oraz popularnej młodzieżowej muzyki. Z drugiej strony analizie poddane zostały wypowiedzi gimnazjalistów — odbiorców kultury popularnej. Odpowiednio zatem pierwsza grupa pytań badawczych dotyczy problemu światopoglądu wpisanego w wybrane teksty, czyli interpretacji zawartości przekazu skierowanego do młodzieży, druga zaś grupa — druga płaszczyzna badań — dotyczy recepcji tych treści. W ramach tych dwóch grup pytań badawczych wyróżnić dały się pytania szczegółowe:

1. Jakie kategorie pojęciowe występują w tekstach młodzieżowych, gdy mowa w nich o doświadczeniu życia? Czy można zidentyfikować dominujące pojęcia wraz z ich polami semantycznymi?
2. Czy i jakie kategorie pojęciowe składają się na obraz świata (reprezentacje świata) zawarty w tekstach młodzieżowych? Analiza ich pól semantycznych.
3. Czy i jakie elementy zawarte w przekazie kultury popularnej awansują do roli niezbędnych składników udanego życia (konceptu dobrego życia, ideału życia)? Analiza ich pól semantycznych.
4. Czy można mówić o homogenizacji przekazu kultury popularnej w zakresie treści światopoglądowych, czy raczej mamy do czynienia ze zróżnicowanymi doświadczeniami, obrazami świata oraz ideałami życia odbieranymi przez młodzież za pośrednictwem kultury popularnej? Analiza porównawcza, analogie i różnice w dyskursach.
5. Czy pełniona funkcja tekstu jest zbieżna z funkcją nadaną?
6. Czy istnieje jakiś model² recepcji wytworów kultury popularnej (dominujący, opozycyjny, negocjujący)?

² Należy wskazać na istnienie subtelnych różnic i podobieństw występujących między pojęciami: model, typ, wzór i teoria. Użyty przeze mnie termin *model* można by zastąpić jeszcze terminem *wzór*. Częsta ekwiwalencja pojęć modelu i teorii nie znajduje w tym miejscu zastosowania, ponieważ nie chodzi tutaj o opracowanie teorii

7. Czy i w jakim stopniu zmienna płci modyfikuje recepcję — model dekodowania i krytyczny odbiór — tekstów kultury popularnej przez młodzież?
8. Czy i w jakim stopniu zmienna pochodzenia społecznego (wykształcenie ojca³) modyfikuje recepcję — model dekodowania i krytyczny odbiór — tekstów kultury popularnej przez młodzież?
9. Czy i w jakim stopniu zmienna miejsca zamieszkania (miasto *versus* wieś) modyfikuje recepcję — model dekodowania i krytyczny odbiór — tekstów kultury popularnej przez młodzież?
10. Jaki potencjał wychowawczy (wzory zachowań, stosunek do używek itp.) mają wybrane wytwory kultury popularnej?
11. Czy i w jakim stopniu młodzież potrafi krytycznie dekodować treści kultury popularnej? Czy rozpowszechniane przez kulturę popularną informacje traktuje jako rzeczywiste (np. okres podejmowania współżycia seksualnego przez młodych)?

Tak sformułowane pytania szczegółowe wyznaczają ramy części badawczej, poświęconej odzwierciedleniu światopoglądowych treści, których nośnikami są młodzieżowe czasopisma i muzyka, jak też recepcji tych treści.

3. Procedura i metody badawcze

Zainteresowanie dyskursem adresowanym do młodzieży, który zawiera treść ideową (światopoglądową), czyni metodę analizy treści optymalnym sposobem kategoryzowania pojęć tego dyskursu. „Analiza treści wykorzystywana jest w naukach społecznych jako jeden ze środków studiów nad komunikowaniem się — jego naturą, leżącymi u jego podstaw znaczeniami, jego dynamicznymi procesami i ludźmi, którzy zajęci są rozmową, pisaniem lub przekazywaniem znaczeń innym ludziom” (Sills, 1968).

recepcji czy też weryfikację wybranych teorii recepcji, lecz o identyfikację ewentualnych wzorów młodzieżowego odczytywania.

³ Badania nad pochodzeniem społecznym jako korelatem osiąganego poziomu wykształcenia (analizujące związek między osiągnięciami edukacyjnymi osób wchodzących sukcesywnie na rynek pracy a pozycją zawodową i wykształceniem ojca), prowadzone w Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii czy Niemczech, definiują pochodzenie społeczne jako status zawodowy i/lub wykształcenie jedynie ojca. Zob. H. Domański (2000a: 38—39).

Analiza treści należy do metod jakościowych, obok takich, jak otwarty wywiad pogłębiony, metoda biograficzna, badanie dokumentów osobistych i obserwacja (Radziejwicz-Winnicki, 2001: 100). **Podstawową jednostką przeprowadzonej przeze mnie analizy jest światopogląd**, a jego wskaźnikami są pojęcia wchodzące w zakres trzech obszarów: doświadczenia życia, obrazu (reprezentacji) świata oraz ideału życia. Analiza treści nadaje się doskonale do badań światopoglądu, ponieważ to właśnie „przy analizie treści wypowiedź jest traktowana jako zbiór »sensów« tworzących siatkę pojęciową danego obrazu rzeczywistości” (Marody, 1987: 192). Wspomniane pojęcia doświadczenia życia, obrazu świata i ideału życia należy zakodować, jeśli ich opracowanie ma przyjąć formę analizy naukowej. Właśnie kodowanie jest istotą analizy treści. „Kodowanie to proces przekształcania surowych danych na dane w postaci standaryzowanej. W analizie treści przekazy — ustne, pisane bądź inne — są kodowane lub klasyfikowane według pewnych ram pojęciowych” (Babbie, 2004: 347). Podstawą kodowania może być jednak **paradygmat ilościowy** albo **jakościowy**. I chociaż w cytowanej klasyfikacji podanej przez A. Radziejwicza-Winnickiego analiza treści znalazła się wśród metod jakościowych, to jednak w wielu definicjach tej metody dominuje paradygmat ilościowy. Na przykład B. Berelson twierdzi, że „analiza treści jest techniką badawczą służącą do obiektywnego, systematycznego i ilościowego opisu jawnej treści przekazów informacyjnych” (podaję za: Nowak, 1965: 149). Podobnie w innym miejscu również A. Radziejwicz-Winnicki zwraca uwagę na ilościowy charakter analizy treści i opisuje przebieg całej procedury w następującej kolejności: „Na pierwszym etapie należy ustalić zakres badanej populacji bądź zbiór wszystkich wypowiedzi, tekstów itd., dla której będziemy wyciągali wnioski ogólne z przeprowadzonych analiz. Na drugim z kolei etapie działania ustalamy przekroje czasowe dla analizowanego materiału bądź wybieramy określoną próbę poddaną badaniom. Trzeci etap polegać będzie na ustaleniu podstawowych jednostek klasyfikacyjnych, które pozwolą nam na stosowanie porównań, tj. ilościowej analizy treści [...]. Kolejny, czwarty etap to zakodowanie materiału oraz poddanie go operacjom statystycznym. Ostatni etap działania to opracowanie i uogólnianie wyników, które prowadzą oczywiście do określonych wniosków końcowych” (Maszczyk, Radziejwicz-Winnicki, 1999: 47). Paradoksalnie, tak różne ujęcia metody analizy treści (ilościowej *versus* jakościowej) nie wykluczają się. Należy zauważyć, że „dotąd brak pełnej i spójnej metodologii analizy zawartości. Przez wiele lat dominowała tzw. ilościowa analiza treści, od pewnego czasu umacnia się analiza

jakościowa” (G o b a n - K l a s, 2005b: 186). Według definicji B. Berelsona, ilościowość i jawność stanowią fundamentalne kryteria odróżniające technikę analizy treści od prenaukowych interpretacji treści. Badaniom ilościowym zarzuca się jednak osiąganie precyzji kosztem doniosłości rezultatów, a pracochłonne techniki prowadzą do banalnych wyników, wielokrotnie gorszych niż w ujęciach jakościowych. Tymczasem prosta jakościowa analiza zawartości, operująca ogólnymi kategoriami „więcej—mniej”, była od dawna z powodzeniem stosowana do badań przekazów masowych (tamże, s. 186—187). Analizy jakościowe zwracają uwagę na niedostrzeganą w analizach ilościowych niejednoznaczność przekazu. Na przykład aby określić, ile w danym przekazie znajduje się odwołań do wizerunku ciała jako pewnego ideału życiowego, można zliczać odpowiednie zwroty znajdujące się w tekście, takie jak: *cool wygląd* (w dziale: Was macht mich schön zum Sport⁴), *teraz manga* („Japońskie nastolatki stylizują się na bohaterki mangi” — w dziale Moda⁵), *gładkie ciało, pasemka w stylu hip-hop* (w dziale Na topie)⁶. Ilościowe zastosowanie analizy treści nazywa się analizą frekwencyjną. Taką właśnie listę frekwencyjną wyrazów występujących w czasopismach młodzieżowych stworzyli M. E j s m o n t i B. K o s m a l s k a (2005: 179—196). Należy jednak zauważyć, że wyciąganie wniosków z samych cyfr w analizie frekwencyjnej przypomina nierzadko bardziej *poiesis* tworzenia niż naukową dedukcję. Fakt, że wyraz „stosunek” występuje w czasopiśmie „Bravo Girl”, w określonym przedziale czasu, 6 razy, a wyraz „małżeństwo” 4 razy, można zinterpretować jako wyzwolenie się życia seksualnego z ram instytucji małżeństwa. Wykładnia taka zgadzałaby się z teorią współczesnej sekularyzacji i liberalizacji praktyk społecznych. To domniemywanie wydaje się jednak mało naukowe. Z faktu, że w tym samym czasopiśmie wyraz „spirala” pojawił się 7-krotnie, a wyraz „pigułka” 5-krotnie, nie wynika, że pierwsza z metod antykoncepcyjnych musi być bardziej popularna wśród nastolatków (co najwyżej jest to metoda mocniej lansowana przez redakcję czasopisma, a i to stanowi niekoniecznie wiarygodne przypuszczenie). Jeśli chcemy mieć wiedzę z tego zakresu, to lepiej sięgnąć po reprezentatywne wyniki badań Z. Izdebskiego nad życiem seksualnym Polaków, przeprowadzone na dużych próbach badawczych (w 2001 roku 11% badanych podczas ostatniego stosunku z regularnym partnerem stosowało tabletki antykoncepcyj-

⁴ „Bravo Girl”, Juli 2005, nr 16.

⁵ „Filipinka” 2003, nr 8.

⁶ „Popcorn” 2005, nr 7.

ne, spiralę zaś 4%) (I z d e b s k i, O s t r o w s k a, 2004: 32). Niemniej analiza frekwencyjna sprawdza się przy analizach porównawczych. Dzięki niej można ocenić profil danego medium, specyfikę danego przekazu. Na jej podstawie można powiedzieć, że „Popcorn” i „Bravo” to czasopisma muzyczno-młodzieżowe (jest w nich największe nasycenie wyrazami typu „płyta”, „piosenka”, „muzyka”, „fani”, „miłość”, „koledzy”), „Bravo Girl” i „Dziewczyna” to pisma dziewczęco-kobiece („chłopak”, „facet”, „zakochać się”, „miłość”, „antykoncepcja”), a „Impuls” i „Victor Gimnazjalista” są czasopismami edukacyjnymi (nasycenie wyrazami: „studia”, „sukces”, „szkoła”, „kariera”, „uczelnia”, „wiedza”) (E j s m o n t, K o s m a l s k a, 2005: 197).

Treść przekazów informacyjnych ma nie tylko stronę jawną, która łatwo poddaje się ujęciu liczbowemu. Alternatywą jest kodowanie **treści ukrytych** przekazu: jego głębokiego znaczenia, a w takim przypadku ocena całościowa nie zależy tylko od częstotliwości występowania określonych słów, pojęć czy zwrotów. Analiza frekwencyjna⁷ treści utworu *Czas* autorstwa zespołu hip-hopowego K.A.S.T.A. Squad doprowadziłaby nas tylko do wniosku, że powszechność narkotyków to dominujące doświadczenie życiowe, wpisane w ten przekaz (użyte są trzy słowa odnoszące się do kategorii narkotyków). Tymczasem analiza treści ukrytych kładłaby nacisk raczej na trudne położenie życiowe, jakiemu daje wyraz autor przytoczonego dalej fragmentu tekstu:

Spółczeństwo klas,
Bezrobocie mas — nauka poszła w las.
To survivalu czas.
Ucieczka od rzeczywistości
Nie dziwi nas,
Bo w każdym mieście proch, heroina i kwas.

Badanie fenomenów kultury popularnej domaga się — jak widać w podanej egzemplifikacji — zastosowania ujęcia jakościowego, analizy pogłębionej („czytania między wierszami”). Dodatkowo trzeba podkreślić, że wnioski natury statystycznej płynące z badań ilościowych nad kulturą popularną mogą szybko się dezaktualizować i pro-

⁷ Analizę frekwencyjną (zliczanie pojawiających się w tekście pojęć, określanie częstości występowania w tekście pewnych słów) do analizy wybranych treści stosowali w polskiej literaturze naukowej m.in.: J. L e o Ń s k i (1987) (analiza pamiętników), P.T. N o w a k o w s k i (2004) (analiza czasopism) czy też B. F a t y g a, J. S i e r o s ł a w s k i (1999) (analiza frekwencyjna treści wywiadów grupowych i indywidualnych).

wadzić do uproszczeń. Fakt, że młodzież w jednym z polskich miast, korzystając z wypożyczalni kaset wideo, w 23,5% wybiera komedie, w 17% — filmy sensacyjne, a przygodowe w 16,9%, niewiele mówi o tym, co młodzież „robi” z tymi filmami, jakie znaczenia nadaje zawartym w nich treściom (J a k u b o w s k i, 2006: 92—93). Być może dlatego „najlepszym rozwiązaniem tego dylematu jest używanie gdziekolwiek to możliwe obu metod” (B a b b i e, 2004: 347) — analizy treści jawnych (ujęcie ilościowe) oraz analizy treści ukrytych (ujęcie jakościowe).

Należy zauważyć, że „wielu metodologów, poczynając od lat pięćdziesiątych XX wieku, posługuje się chętniej nazwą analizy treści niż analizy dokumentów. Dla niektórych z nich są to nazwy zamienne; dla innych analiza treści jest jedną z technik badawczych analizy dokumentów, zwłaszcza osobistych, a dla jeszcze innych samoistną metodą badań, która, z grubsza rzecz biorąc, nie różni się istotnie od analizy dokumentów” (Ł o b o c k i, 2003: 212). Wydaje się, że z ostatnim stanowiskiem zgadzał się Stefan N o w a k (1965), który poświęcił obu metodom odrębne rozdziały swej klasycznej pracy z metod badań socjologicznych.

Jednym ze sposobów analizy tekstu jest rozpoznawanie różnych typów relacji wyrazów, które szczególnie interesują badacza. Wyrazy, które stoją w centrum mojej uwagi badawczej, to pojęcia związane ze światopoglądem. Można je analizować poprzez ich siatki relacji, które tworzą pola semantyczne wyrazów. Badania pól semantycznych wyrazów zainicjowali pracownicy Ośrodka Leksykologii Politycznej w Sait-Cloud we Francji (R o b i n, 1980). Analizowali oni teksty historyczne, budując dla wybranych wyrazów następujące siatki relacji (tamże, s. 253—256):

1. Opozycje jako pierwszy typ relacji. Opozycje to „negatywne powiązania” (przykładowo: Lud przeciwstawiony Królowi, Arystokracji, Obcym). Sens analizowania opozycji celem rozumienia określonego pojęcia uświadamia nam spostrzeżenie, że „wyrazy nie pozostają w izolacji, lecz zawsze mają tendencję do nabierania specyficznego sensu dzięki terminom uzupełniającym i tworzącym z nim parę, choćby antonimiczną”.
2. Asocjacje jako drugi typ relacji. Asocjacje są to „związki syntagmatyczne, kontekstowe”. W polu leksykalnym zabawa kojarzy się z wolnym czasem, przyjaciółmi, alkoholem (jest tak np. w dyskursie *hip-hopowym*).
3. Elementy utożsamiane jako trzeci typ relacji (ekwiwalenty). „Elementy utożsamiane, w odróżnieniu od słownikowych synonimów, to »substytuty semantyczne«. Są to wyrazy lub syntagmy, które

w określonych kontekstach mogą występować wymiennie (na przykład syntagmy: dojście mas do władzy/ dojście proletariatus do władzy/ dojście robotników do władzy)”.

Wskazane relacje nazywa się siatką powiązań tematycznych lub pojęciowych danego wyrazu, pojęcia. Można także jednak wyróżnić siatkę określeń i działań. Inne bowiem funkcje semantyczne odsyłają do siatki słownej, a inne do czynów podmiotu lub wykonawców czynności. W siatce określeń i działań da się wyróżnić „funkcję czyjaś”, czyli działanie wykonywane przez podmiot, oraz „funkcję na”, czyli działanie skierowane na podmiot przez inne siły, przez kogoś trzeciego. „W tym ostatnim wypadku podmiot podlega raczej jakiemuś działaniu, a nie kieruje nim, jest bierny i to nim się manipuluje”. W taki oto sposób powstaje pole semantyczne wyrazu (tamże, s. 258):

Oдно́niki (wiersz, strona)	Określenie	Asocjacja	Opozycje	Działanie czyjeś	Działanie na	Ekwiwa- lenty

W polskiej literaturze przedmiotu metodę analizy pól semantycznych stosowali m.in. J. Leoński (1987), M. Kłosiński (1994), B. Fatyga i J. Sierosławski (1999) oraz P.T. Nowakowski (2004).

Do badania recepcji treści światopoglądowych zawartych w tekstach kultury popularnej konieczne jest zastosowanie kolejnej metody badawczej. Porównanie funkcji pełnionej (faktyczna recepcja tekstu przez odbiorców) z funkcją nadaną tekstowi (tekst sam w sobie, tzw. intencja tekstu), której celem jest opisanie sposobu dekodowania tekstu, wymaga wykonania dwóch czynności. Pierwsze działanie to interpretacja znaczenia zawartego w samym tekście, który jako zapis autonomizuje przecież swoje istnienie. Interpretacji tekstu służy — opisana w poprzednim podrozdziale — metoda analizy tekstu, a do badania recepcji przydatna okazuje się technika wywiadu. J. Sztumski (1999: 131) pisze o wywiadzie jako procesie, „w którym badający stara się oddziaływać na badanego stawianymi pytaniami i skłonić go do udzielenia wypowiedzi na temat będący przedmiotem badań”. Przedmiotem badań będzie tutaj rozumienie kategorii pojęciowych występujących w tekście, a związanych z treściami światopoglądowymi. S. Nowak precyzuje pojęcie wywiadu, dostrzegając różne sposoby jego definiowania w literaturze polskiej i światowej. Pisze on, iż w dotychczasowej literaturze polskiej termin ten pojmowany był wężiej i znaczył „tyle, co rozmowa z badanym

przeprowadzona z jakimś ogólnym czy nawet względnie szczegółowym planem, ale już nie wypełnianie czy podkreślanie odpowiedzi wydrukowanych w kwestionariuszu” (Nowak, 1965: 65). Tymczasem we fragmencie W.J. Goode’a i P.K. Hatta, przytaczanym przez S. Nowaka, termin ten definiowany jest tak szeroko, iż obejmuje wszelkie formy zbierania danych od respondenta w toku bezpośredniej z nim rozmowy, przeprowadzanej najczęściej przez odpowiednio przygotowanego ankietera (tamże). Zważywszy na to, że można mówić o różnych typach wywiadu (ze względu na zastosowaną technikę kwestionariusza ankiety, wywiadu skategoryzowanego bądź kwestionariusza wywiadu o mniejszym stopniu kategoryzacji czy też zupełnie swobodnego), S. Nowak proponuje, by nie wszystkich badaczy stosujących wywiad nazywać ankietami, ale w przypadku gdy z kontekstu wyraźnie wynika, iż chodzi o wywiad pogłębiony, wymagający dużych kwalifikacji i zostawiający prowadzącemu go dużą swobodę, używać terminu „prowadzący wywiad” zamiast „ankieter” (tamże). Ze względu na analizowaną tutaj problematykę najlepszym rodzajem wywiadu będzie wywiad ustny o charakterze swobodnym (kategoryzacja tylko z uwagi na treści światopoglądowe), ponieważ daje on możliwość stawiania dodatkowych pytań sondujących (niezwykle prowokowanych określonymi odpowiedziami respondenta). Wywiad taki (nieskategoryzowany) ma charakter procesu społecznego, w którym badający i badany nawzajem na siebie oddziałują. Tak jak dobry pokerzysta zyskuje tyle samo przez swe domysły na temat planów i uczuć swych partnerów ile przez znajomość reguł gry (niektóre jego przypuszczenia opierają się na świadomym odczytaniu tych sygnałów) (tamże, s. 72), tak dobry badacz może „przewidzieć sens znaczeń, sygnałów czy informacji, towarzyszących odpowiedziom na pytania formułowane przez prowadzącego wywiad” (Krzakala, 1997: 192—193).

Zastosowanie w niniejszej pracy **wywiadu swobodnego ukierunkowanego** (z tzw. dyspozycjami do wywiadu) podyktowane jest także przyjętym założeniem, że w trakcie zbierania danych mogą pojawić się nowe zagadnienia, nieprzewidziane wcześniej przez badacza, które uzupełniają lub zmieniają listę sformułowanych już pytań. Gromadzenie danych uznać będzie można za zakończone wtedy, gdy osiągnie się stan teoretycznego nasycenia, tzn. analiza kolejnych przypadków nie przynosi już żadnych nowych informacji (Konecki, 2000: 170). W wywiadzie swobodnym ukierunkowanym badacz dysponuje pewną listą swoich potrzeb informacyjnych (wspomniane już dyspozycje do wywiadu). „Pytania badacza odnoszą się najczęściej do zagadnień szczegółowych, ale mają charakter pytań

otwartych. Czasami przygotowuje się wzory pytań, z których prowadzący wywiad może skorzystać lub nie, jeśli uzna, że nie dają one spodziewanych rezultatów” (tamże).

4. Próba badawcza i przebieg badań

Założenia badawcze niniejszej pracy, jej hermeneutyczny charakter i posiłkowanie się metodologiczną procedurą teorii ugruntowanej czynią analizy jakościowe dominującą w niej orientacją badawczą. Za kryterium doboru próby przyjmuję dobór celowy, przy czym analiza w ten sposób powstałej próbki badawczej skupiać się będzie bardziej na **istocie** zjawisk (określenie charakteru światopoglądu i sposobu recepcji) niż na ich zakresie. Dobór tekstów kultury popularnej ograniczę do dwóch silnie, jak sądzę, zaznaczających się dyskursów, obecnych w percepcji współczesnej młodzieży. Pierwszy z nich ma charakter muzyczny. Wybór muzyki podyktowany jest jej socjalizacyjną, edukacyjną, psychoterapeutyczną i katartyczną funkcją, jaką spełnia wśród młodych ludzi. Muzyka jest przestrzenią, w której komentuje się rzeczywistość; jest miejscem dzielenia się swoim doświadczeniem; w niej odbija się wszystko to, co jest ważne dla młodego pokolenia, co je irytuje, czym żyje, i czemu nadaje ona znaczenie (Jakubowski, 2006: 247–248). „Muzyka popularna jest nieodłączną częścią otoczenia współczesnego człowieka. Nigdy wcześniej, w jakimkolwiek okresie przedindustrialnym, nie była ona tak powszechna w sferze doświadczeń przeciętnego odbiorcy kultury” — zauważa W. Jakubowski (tamże, s. 203). Drugi dyskurs stanowi treść, której przekątnikiem są popularne czasopisma. Wybór hip-hopu spośród innych tekstów muzycznych podyktowany jest kilkoma istotnymi względami.

Po pierwsze, wynika z wielu obserwacji, które wskazują na to, iż (sub)kultura hip-hopowa ma coraz większy udział w ogólnej sumie wpływów socjalizacyjnych na młode pokolenie współczesnych Polaków, co potwierdza kilka faktów: rosnąca popularność muzyki rap obserwowana od połowy lat dziewięćdziesiątych, dalej — przenikanie do języka polskiego elementów hip-hopowego slangu („nara”, „ziomal”, „zajawka”, „melanż”) oraz upowszechnienie się wśród młodego pokolenia charakterystycznego, luźnego stylu ubierania się, który odnotowuje wielu badaczy (Pawlak, 2004; Szulz, Kalika, 2004; Rychła, 2005; Bernasiewicz, 2005). Jednym ze wskaźników

popularności muzyki rap oraz kultury hip-hopowej jest liczba ukazujących się na rynku czasopism poświęconych temu gatunkowi. Policzyłem wszystkie tytuły czasopism, które znajdowały się w listopadzie 2005 roku w dziale czasopism muzycznych Empiku zlokalizowanego w centrum Katowic. Muzyce rockowej poświęcone było tylko jedno czasopismo polskojęzyczne („Teraz rock”). Punk ma swoją „tubę” w czasopiśmie „Garaż”. Najwięcej tytułów miała muzyka metalowa (pięć tytułów: „Metal Hammer”, „7Gates”, „Heavy Metal Pages”, „Thrash’em All”, „Mystic Art.”) oraz hip-hopowa (cztery tytuły: „Ślizg”, „Magazyn Hip-Hop”, „Polski Hip-Hop”, „Hip-hop.pl”).

Po drugie, takie subkultury, jak metalowcy, punki, anarchiści, tracą na atrakcyjności, ponieważ ich ideowość nie znajduje dziś już większego oddźwięku z racji nieopresyjnego charakteru współczesnej władzy politycznej (co jest przedmiotem oporu dla kontrkultur punk czy anarchistów) bądź z powodu braku jakiejkolwiek ideowości (metalowcy). Tymczasem w dobie „wymagających” realiów wolnego rynku oraz polskiej transformacji, która powoduje, że bezrobocie i ubóstwo mają w znacznej mierze „twarz dziecka” i osoby przed 24. rokiem życia⁸, rośnie popularność i znacznie przekazów — takich jak piosenki hip-hopowe — dających wyraz trudnemu położeniu społecznemu ludzi młodych. Na marginesie warto wspomnieć, że w większości krajów najistotniejszym wyznacznikiem ubóstwa jest długotrwale pozostawanie bez pracy. Tymczasem w naszym kraju tym wyznacznikiem jest wiek. To młodemu wiekowi towarzyszy największe prawdopodobieństwo znalezienia się w kategorii ludzi ubogich (Domaniński, 2002).

Hip-hopowe teksty bogate są w ideologię i dlatego przeciwstawić je można (jest to miękka hipoteza tej pracy) treściom takich popularnych czasopism, jak „Bravo”, „Twist” czy „Dziewczyna”. W badaniach jakościowych doboru osób, grup czy pól badawczych dokonuje się na podstawie zgodności z głównym kryterium teorii, którą należy dopiero opracować, opierając się na analizach empirycznych (K r ü g e r,

⁸ Ubóstwem w Polsce relatywnie często zagrożeni są ludzie młodzi, w tym w dużej części dzieci, głównie z rodzin wielodzietnych. W 2003 roku poniżej minimum egzystencji żyło ok. 42% osób w rodzinach małżeństw z 4 i więcej dzieci na utrzymaniu, ok. 18% osób — w rodzinach małżeństw z 3 dzieci na utrzymaniu i ok. 13% — w rodzinach niepełnych (samotnych matek lub ojców z dziećmi na utrzymaniu). Jednocześnie ogólny wskaźnik ubóstwa skrajnego (poziom minimum egzystencji) dla kraju oszacowano w 2003 roku na około 12%. Jeśli chodzi o stopę bezrobocia za II kwartał 2005 roku, to w przedziale 15–24 lat wynosiło ono 39,9%, 25–34 lat — 18,7%, 35–44 lat — 14% i w przedziale 45 i więcej — 14% (dane GUS: <http://www.stat.gov.pl>).

2005: 162). **Opracowywaną tu teorią jest zespół twierdzeń o różnorodności dyskursów obecnych w kulturze popularnej, w której wyróżnić można wiele tekstów o charakterze modernistycznym (jest nim przypuszczalnie dyskurs *hip-hopowy*) bądź postmodernistycznym (*cooltura nastolatka*).** To ostatnie zjawisko omawiam w rozdziale I (podrozdział: *Popularne dyskursy światopoglądowe*). Do analizy wybrałem teksty piosenek z polskich płyt hip-hopowych, jakie znalazły się w roku 2006 na liście Olis⁹, przygotowywanej przez ZPAV (Związek Producentów Audio Video). ZPAV przyznaje złote, platynowe i diamentowe płyty za rekordowe liczby sprzedanych egzemplarzy. Do najlepiej sprzedających się w roku 2006 — a zatem najpopularniejszych — płyt hip-hopowych należały: Abra Dab (*Emisja spalin*), WWO (*Życie na kredycie*), WWO (*Witam Was w Rzeczywistości*), Trzeci Wymiar (*Inni niż wszyscy*), O.S.T.R (7), Peja (*Flurtując*), Eldo i Bitnix (*Człowiek, który chciał ukraść alfabet*), Skazani na Sukcezz (*Na Linii Ognia*), Pono (*Tak to widzę*), Tede (*Esende Mylffon*), Jeden Osiem L (*Słuchowisko*), DKA (*Stawiam sobie pomnik*), Pisz i Emade (*Piątek 13*), Mezo, Kasia Wilk, Tabb (*Eudaimonia*), Moleta Ewenement (*Nigdy nie mów nigdy*), Peja. Slums Attack (*Szacunek ludzi ulicy*), Liroy (*L Nino Vol. 1*).

Dyskursem o charakterze postmodernistycznym — w którym znacząca się fascynacja stylem i wizerunkiem, heterogeniczność stylu, apolityczność oraz sfragmentaryzowanie tożsamości — wydają się treści następujących czasopism młodzieżowych (dwutygodników): „Bravo”, „Bravo Girl”, „Bravo Sport”. Do miesięczników o podobnej orientacji światopoglądowej zaliczyłbym „Popcorn”, „Dziewczyne”, „Filipinkę” oraz „Twist”. Do analizy wybrałem na zasadzie doboru celowego (*purposive sampling*) te czasopisma, które miały w ostatnim czasie największy nakład oraz sprzedaż. Wśród dwutygodników największą sprzedaż odnotowały czasopisma „Bravo” (264 028 egz. — średnia sprzedaż za I kwartał 2005 roku) oraz „Bravo Girl” (264 028 egz.) (K i f e r, 2005). Również Polskie Badania Czytelnictwa¹⁰ pokazują, że wśród dwutygodników młodzieżowych „Bravo” i „Bravo Girl”

⁹ Lista Olis jest cotygodniową listą bestsellerów, opartą na danych detalicznych, otrzymywanych z ok. 150 punktów sprzedaży — sklepów niezależnych, sieciowych oraz internetowych. Za zbieranie danych i tworzenie na ich podstawie zestawień odpowiedzialny jest Instytut Pentor. Pierwsze notowanie Olis pochodzi z 23 października 2000 roku (Internet: <http://www.zpav.pl/rankingi.asp?lang=pl>).

¹⁰ Badania czytelnictwa w Polsce prowadzi m.in. MillwardBrown SMG/KRC na zlecenie Polskich Badań Czytelnictwa. Pomiar dokonywany jest metodą wywiadu ankieterskiego, przeprowadzanego w domach respondentów na próbie 18 010 osób. Wyniki prezentuje każdy numer czasopisma „Press”.

wiodą prym (odpowiednio 5,54% i 2,93% ankietowanych w ciągu ostatnich trzech miesięcy od przeprowadzonych badań czytało bądź przeglądało te czasopisma)¹¹. Dlatego właśnie te dwa dwutygodniki chciałbym poddać analizie treści. Wydaje je Wydawnictwo Bauer, do którego należą jeszcze takie tytuły, jak „Bravo Sport”, „Twist” i „Filipinka”. Wśród miesięczników największą sprzedaż, ale również nakład miały „Popcorn” (117 881 egz. — średnia sprzedaż w I kwartale 2005 roku) i „Dziewczyna” (116 878 egz.) (K i f e r, 2005). Po „Popcorn” i „Dziewczynę” sięgnęło — jak pokazują wyniki PBC¹² — w ciągu ostatnich sześciu miesięcy po 1,81% ankietowanych. Dlatego analizę czasopism uzupełniłem o te właśnie miesięczniki. Ich wydawcą jest Axel Springer Polska. Również badania na dużo mniejszych próbach potwierdzają popularność (poczytność) wybranych czasopism, które poddane zostały analizie. K. P o k o r n a - I g n a t o w i c z, M. L i s o w s k a - M a g d z i a r z i T. S ł a w i ŋ s k a (2000: 111) przebadaly 440 gimnazjalistów z Nowej Huty. W tych badaniach zdecydowanie najpopularniejszym tytułem czytany przez gimnazjalistów okazał się dwutygodnik „Bravo”, do którego lektury przyznały się 163 osoby. Na drugim miejscu znalazł się „Popcorn”, czytany przez 89 uczniów. Do czytania „Bravo Girl” przyznało się 76 osób. Na czwartym miejscu uplasowały się dwa pisma wymienione przez 61 osób: „Dziewczyna” oraz „Bravo Sport”. Analiza wybranych czterech tytułów objęła wszystkie numery tych czasopism, jakie ukazały się w 2006 roku.

Do analiz recepcji kultury popularnej potrzebna jest kolejna próba, tym razem próba młodzieży — czytelników/słuchaczy (odbiorców) popularnych dyskursów. Jej dobór związany jest z możliwością odpowiedzi na postawione pytania badawcze. Pytania te dotyczą roli, jaką w recepcji tekstów mogą (choć nie muszą) pełnić takie zmienne, jak płeć, pochodzenie społeczne (wykształcenie ojców badanych), miejsce zamieszkania (wieś *versus* miasto). Dobrana próba ma zatem charak-

¹¹ Wśród dwutygodników — w październiku 2005 roku — popularniejsze były tylko „Z życia wzięte” (6,96%) i „Viva” (6,79%). Badania PBC pokazują procent osób, które czytały bądź przeglądały tytuł co najmniej raz w ciągu cyklu sezonowego: dla dzienników — w ciągu ostatniego tygodnia, dla tygodników — w ciągu ostatniego miesiąca, dla dwutygodników — w ciągu ostatnich trzech miesięcy, dla miesięczników — w ciągu ostatnich sześciu miesięcy („Press” 2005, nr 10, s. 99).

¹² Podane tu wyniki Polskich Badań Czytelnictwa publikowane są w miesięczniku „Press”, 2005, nr 10 (wśród miesięczników najpopularniejsze są takie tytuły, jak „Claudia” (12,43%), „Olivia” (6,68%), „Twój Styl” (6,07%). Wśród miesięczników młodzieżowych, znajdujących się w ogólnym segmencie miesięczników, pozycje za „Popcornem” i „Dziewczyną” zajmują kolejno: „Filipinka” (1,28%), „Twist” (1,20%), „Dlaczego” (0,26%).

ter celowy, ponieważ to właśnie „w celowym doborze próby o tym, kto zakwalifikowany zostanie do osób badanych z danej populacji, decyduje sam badacz, a nie jak w losowym doborze próby określony sposób i schemat losowania” (Ł o b o c k i, 1999: 168). Technikaą badawczą do analizy recepcji tekstów popularnych przez młodzież czytiłem wywiad swobodny, który przeprowadziłem wśród 48 gimnazjalistów, co powinno w zupełności wystarczyć, biorąc pod uwagę, że są to analizy mające charakter jakościowy. Do oceny znaczenia zmiennej miejsca zamieszkania dla ewentualnego charakteru recepcji uzasadniony był celowy wybór 24 młodych osób zamieszkujących na wsi oraz 24 osób z miasta.

Realizacja badań miała miejsce w dwóch różnych obszarach rzeczywistości społecznej. Była to rzeczywistość tekstualna i ideowa (światopoglądowa), wpisana w wytwory kultury popularnej, oraz żywy kontakt z gimnazjalistami, który miał odpowiedzieć na odmienne pytania badawcze. Realizacja i przebieg badań wyznaczały zatem dwa zazębiające się etapy:

- praca w zaciszu domowym z zastosowaniem analizy treści czasopism i treści muzycznych (w okresie od czerwca 2006 do czerwca 2007),
- praca w terenie (w wiejskim środowisku szkolnym — kwiecień 2007 oraz miejskim środowisku szkolnym — czerwiec 2007).

Wywiad swobodny z gimnazjalistami zamieszkującymi wieś przeprowadziłem z dala od aglomeracji śląskiej (a w zasadzie konurbacji równorzędnych, sąsiadujących ze sobą miast Katowic, Sosnowca, Gliwic itd.), to jest w Lgocie Górnej (Gimnazjum nr 2) — wsi leżącej 50 km na północ od Katowic i 20 kilometrów na południe od Częstochowy. Badania nad recepcją treści kulturowych przez młodzież miejską zostały przeprowadzone w Gimnazjum nr 3 zlokalizowanym w śródmieściu Katowic. Dzięki przychylności dyrekcji szkół udało się zrealizować badania na planowanej próbie 24 gimnazjalistów, zarówno na wsi, jak i w mieście.

5. Charakterystyka społeczno-demograficzna badanych uczniów

Próba odpowiedzi na pytanie o zależność między miejscem zamieszkania młodzieży a sposobem dekodowania i recepcji przez nią tekstów kultury popularnej uzasadniała podział badanych na dwie grupy: „uczniów z miasta” (24 osoby) oraz „uczniów ze wsi” (24 oso-

by). Dobór celowy według tej zmiennej nie nastęrczył żadnych problemów. Nie udało się jednak zachować idealnych proporcji płci w tak dobranej próbie „uczniów z miasta” i „uczniów ze wsi”. Zarówno w jednej, jak i w drugiej grupie znalazło się po 14 dziewcząt i 10 chłopców. Ta delikatna dysproporcja wynikała stąd, że dziewczyny znacznie bardziej ochoczo od chłopców przyznawały się do czytania czasopism lub słuchania muzyki hip-hopowej i chętniej decydowały się na wzięcie udziału w badaniach.

Tabela 1

**Badani uczniowie według miejsca zamieszkania
oraz płci (N = 48)**

Płeć	Miejsce zamieszkania		Ogółem
	wieś	miasto	
Chłopcy	10	10	20
Dziewczyny	14	14	28
R a z e m	24	24	

Zarówno badania anglosaskie, jak i te realizowane w Niemczech definiują pochodzenie społeczne jako status zawodowy i/lub wykształcenie jedynie ojca (Domański, 2000a: 38–39). Tabela 2 pokazuje pochodzenie badanych uczniów właśnie ze względu na wykształcenie ojca. Zmienna wykształcenia posłużyła w analizie jakościowej związku pomiędzy recepcją tekstów kultury popularnej przez uczniów a ich pochodzeniem społecznym. Badania tego typu prowadzone kilka lat temu w polskich szkołach, kiedy zapisywano w dziennikach szkolnych wykształcenie rodziców wszystkich uczniów danej klasy, znacznie ułatwiały analizy i przekładały się na ich trafność. Badania trafne są zaś tylko wtedy, kiedy mierzą to, co badacz mierzyć zaplanował. Niestety takiej adnotacji w dziennikach szkolnych

Tabela 2

**Badani uczniowie według miejsca zamieszkania
oraz wykształcenia ich ojców (N = 48)**

Miejsce zamieszkania	Poziom wykształcenia ojca					Ogółem
	wyższe	średnie i policealne	zasadnicze zawodowe	podstawowe	brak	
Wieś	4	4	13	3	—	24
Miasto	4	10	7	3	—	24
R a z e m	8	14	20	6	—	

już nie ma i badacz zdany jest na umiejętność określenia przez ucznia wykształcenia, jakie ma jego ojciec. Musi to wywoływać pewne zastrzeżenia co do trafności późniejszych analiz, biorących za prawdziwą deklarację ucznia o wykształceniu ojca. O ile w gimnazjum wiejskim mogłem liczyć jeszcze na potwierdzenie przez nauczyciela deklaracji uczniów, ponieważ kadra pedagogiczna zamieszkuje najczęściej w tej samej wsi i zna dokładnie sytuację rodzinną uczniów, o tyle w gimnazjum miejskim nauczyciele rzadko mają taką wiedzę. Uczciwość badawcza nakazuje odnotować, iż zdecydowana większość uczniów wykazywała wyraźne trudności w określeniu wykształcenia ojca. Dopiero po przekazaniu pewnych wskazówek (matura oznacza wykształcanie średnie; licencjat, magisterium — wykształcenie wyższe; jeśli ojciec jest nauczycielem, to prawdopodobnie ma wykształcenie wyższe) uczniowie nabierali pewności w swoich deklaracjach. Zarówno na wsi, jak i w mieście wyższe wykształcenie ojca zadeklarowało po 4 uczniów. Zdecydowanie więcej uczniów w mieście (10) niż na wsi (4) uznało, iż ich ojciec ma wykształcenie średnie.

Analizy kultury popularnej w niniejszej pracy zawężają zakres badań do dwóch dyskursów: dyskursu *cooltury nastolatka* oraz dyskursu *hip-hopowego*. Interesująca może być proporcja liczby odbiorców obu dyskursów ze względu na płeć i miejsce zamieszkania oraz ogólna proporcja zainteresowanych tymi dyskursami w analizowanej populacji. Dobór badanych uczniów miał charakter celowy. Był on celowy ze względu na poinformowanie uczniów o charakterze badań i wyborze jedynie tej młodzieży, która zadeklarowała czytanie czasopism młodzieżowych, takich jak „Bravo”, „Bravo Girl”, „Popcorn” i „Dziewczyna”, lub słuchanie polskiego hip-hopu. Jak pokazuje tabela 3, w klasach szkolnych, które odwiedziłem (na zasadzie losowej), nieznacznie więcej uczniów przyznało się do czytania czasopism młodzieżowych niż słuchania muzyki hip-hopowej (odpowiednio 27 i 21 osób).

Tabela 3

**Badani odbiorcy różnych dyskursów kulturowych
ze względu na miejsce zamieszkania (N = 48)**

Dyskurs kulturowy	Miejsce zamieszkania		Ogółem
	wieś	miasto	
<i>Cooltura nastolatka</i> (czasopisma)	19	8	27
Dyskurs <i>hip-hopowy</i>	5	16	21
R a z e m	24	24	

Wyraźnie zaznaczyła się większa popularność muzyki hip-hopowej w mieście. Dwukrotnie więcej miejskiej młodzieży zadeklarowało odbiór tej muzyki niż czasopism młodzieżowych. Nie na darmo nazywa się muzykę hip-hopową melodią blokowisk. Nie bez znaczenia pozostaje pewnie to, że muzyka hip-hopowa poświęcona jest w znacznej mierze meandrom życia w mieście (wątek trudów życia wiejskiego jest w niej nieobecny), o czym szerzej traktuje analiza treści (podrozdział 4.2). Młodzież na wsi rzadko przyznawała się do recepcji rapu (5 osób), który prawdopodobnie nie budzi tu takiego entuzjazmu jak w mieście.

Audytoryum muzyki hip-hopowej w potocznym mniemaniu ma charakter silnie zmaskulinizowany. Potwierdzają to prezentowane badania w części realizowanej na wsi, gdzie ani jedna dziewczyna nie przyznała się do słuchania tej muzyki (badania realizowane w 6 klasach). Wszyscy chłopcy z grupy miejskiej (10 osób) odpowiadali jako odbiorcy dyskursu *hip-hopowego*. Co ciekawe, dyskurs ten nie jest obcy dziewczynom z miasta, które w przeciwieństwie do dziewcząt ze wsi słuchają rapu i chętnie o nim rozprawiają, czego dowiodły podczas wywiadu swobodnego.

Tabela 4

**Badani odbiorcy różnych dyskursów kulturowych
ze względu na miejsce zamieszkania i płeć (N = 48)**

Dyskurs kulturowy	Miejsce zamieszkania i płeć				Ogółem
	wieś		miasto		
	dziewczyny	chłopcy	dziewczyny	chłopcy	
<i>Cooltura nastolatka</i> (czasopisma)	14	5	8	—	27
Dyskurs <i>hip-hopowy</i>	—	5	6	10	21
R a z e m	14	10	14	10	

Ostatnia tabela prezentuje dane na temat preferowanych dyskursów w poszczególnych grupach wyróżnionych ze względu na pochodzenie społeczne. Okazuje się, że dyskurs *hip-hopowy* w badanej grupie nie jest muzyką nizin społecznych, ponieważ choć odbiera ją mniej osób, których ojcowie mają wykształcenie wyższe (trzykrotnie więcej osób o takim pochodzeniu sięgało po czasopisma) — to nikt z odbiorców hip-hopu nie deklarował, że jego ojciec ma wykształcenie podstawowe (wśród czytelników czasopism aż 6 osób). Oba dyskursy były równie popularne wśród uczniów, których ojcowie mieli wykształcenie średnie (po 7 osób).

Tabela 5

**Badani odbiorcy różnych dyskursów kulturowych
ze względu na wykształcenie ojca (N = 48)**

Dyskurs kulturowy	Poziom wykształcenia ojca				Ogółem
	wyższe	średnie i police- alne	zasadni- cze za- wodowe	podsta- wowe	
<i>Cooltura nastolatka</i> (czasopisma)	6	7	8	6	27
Dyskurs <i>hip-hopowy</i>	2	7	12	—	21
R a z e m	8	14	20	6	

Badana młodzież to uczniowie klas II i III gimnazjum, a zatem osoby w wieku od 14 do 16 lat. Jedynie w trzech przypadkach byli to uczniowie klas I (13- i 14-latkowie). W trakcie generowania danych empirycznych wycofałem się z analizy wypowiedzi uczniów klas I, ponieważ wartość badawcza tych wypowiedzi była zdecydowanie niższa niż uczniów klas II i III. Odnotowałem, iż rozwój umiejętności „wyjęzyczenia się” w wieku gimnazjalnym ma charakter progresji skokowej i poziom odpowiedzi uczniów klas starszych znacznie odbiega od poziomu intelektualnego najmłodszej grupy gimnazjalnej. Mimo to postanowiłem włączyć trzy wywiady z klas I do analiz, bo nieprawdą byłoby również stwierdzenie, iż cechuje je zupełna bezwartościowość.

Dyskurs *cool*tury nastolatka oraz dyskurs *hip-hop*owy — światopoglądowa nieprzystawalność?

Analizując naturę ludzkiego umysłu, którego teoria nie pozostaje obojętna dla pedagogicznych oddziaływań, co więcej — warunkuje owe oddziaływania, J. Bruner konstatuje, że „to, co przedostaje się do umysłu, jest raczej funkcją licznych hipotez niż efektem bodźców bombardujących organy zmysłowe” (2006, 133). Jednakże kultura popularna bombarduje umysły wielością bodźców, które składają się na spostrzeżenia i w końcu na pewne hipotezy dotyczące teleologii ludzkiego życia oraz na przekonania o atrybutach ludzkiego losu, jak też „przemyca” do ludzkiego umysłu gotowe przekonania (hipotezy) światopoglądowe. Do zaprezentowania wyników badań nad światopoglądem i jego komponentami (doświadczenie życia, obraz świata i ideał życia) wpisanymi w treść badanych czasopism posłużę się schematem, który zastosował M. Kłosiński (1994) do analizy pojęcia „bezrobocie”. Schemat ten przyjmuje postać zdania oznajmującego, w którym zawierają się wszystkie elementy pola semantycznego analizowanego pojęcia:

Dane pojęcie (na przykład: światopogląd), czyli (innymi słowy) ... *ekwiwalenty* ..., to ... *określenia* ..., z którymi wiąże się (któremu towarzyszy) ... *asocjacje* ..., które wywołuje (powoduje) ... *działania podmiotu* ..., wobec którego (któremu, z którym) należy ... *działania wobec podmiotu*.

Chcę zaznaczyć, że łączniki w tym schemacie ulegać mogą zmianie; niemniej podstawą pola semantycznego zawsze będą relacje pojęcia, które zaproponował R. Robin (1980) z Ośrodka Leksykologii

Politycznej w Saint-Cloud (takie jak określenia, ekwiwalenty i inne). Schematy pól semantycznych zamieszczone w niniejszym rozdziale cechuje niepełność, która służyć ma większej przejrzystości analiz i realizacji podstawowego zadania badawczego, jakim jest identyfikacja światopoglądów obecnych w dyskursach kultury popularnej. Wszystkie relacje pojęć światopoglądowych, które udało mi się wyodrębnić w analizowanych tekstach, oraz pełne pola semantyczne tych pojęć znajdują się w aneksach.

1. Seks i miłość w dobie ponowoczesnej

Pierwszą warstwę każdego światopoglądu — według W. Diltheya — stanowi doświadczenie życia, które należy rozumieć jako zespół przeżyć, określone uczuciowe usposobienie wobec rzeczywistości. Jest ona pierwsza, ponieważ „człowiek odczuwa życie jako wrogie bądź przyjazne znacznie wcześniej, niż ujmuje je w teoretycznej postawie czysto poznawczej” (P a c z k o w s k a - Ł a g o w s k a, 2000: 160). Doświadczenie życia powstaje „w wyniku sukcesów i rozczarowań w realizacji popędów i uczuć oraz powstałych z nich indywidualnych życzeń” (K u d e r o w i c z, 1966: 155). Spośród powtarzających się w czasopiśmach młodzieżowych (dyskurs *coolтуры* nastolatka) fragmentów tekstów związanych z **doświadczeniem życia**, które poddane zostały pojęciowej kategoryzacji, dało się wyodrębnić dwa terminy, najlepiej określające materię, która determinowała odczucie świata przez młodych ludzi, a mianowicie *seks* i różnego rodzaju *problemy*. Seks, problemy ze sobą i z partnerem najsilniej emocjonalnie zabarwiały wypowiedzi z łamów analizowanych czasopism. Afektacja młodzieżowa krążyła wokół tych pojęć. Z seksem wydają się związane jeszcze dwa pojęcia, które równie często pojawiają się w tym dyskursie. Mowa o *miłości* oraz „*pierwszym razie*”. *Miłość* i „*twój pierwszy raz*”, o których tak często rozprawia się w czasopiśmach, uznałem za tę warstwę światopoglądu, którą Dilthey nazywał **ideałem życia**, zbudowanym z najważniejszych zasad kierowania życiem. Pola semantyczne pojęć: *miłość*, *seks* oraz „*twój pierwszy raz*” pokazują ponowoczesny styl życia współczesnego nastolatka, dla którego prawdziwe jest jedynie to, co użyteczne; zmienność i efemeryczność decyzji oraz apolityczność to jego jedyna orientacja życiowa, a — jak pokazują inne pola semantyczne pojęć światopoglądowych w dyskursie *coolтуры* nastolatka — jedyne źródło zaangażowania to fascynacja stylem i wizerunkiem.

Miłość, innymi słowy (ekwiwalenty) *namiętność*, *love*, *romans*, *ona i on*, *związek*, *uczucie*, *zabujanie*, *gruchanie*, jest/bywa (określenia) *prawdziwa*, *wakacyjna*, *szkolna*, *najważniejsza w życiu*, *nieoczekiwana*, *gorąca*. Z nią wiąże się (asocjacje) *przygoda*, *łowy*, *gra* (1. *zajmowanie pozycji*, 2. *nagonka*, 3. *do ataku*, 4. *ustrzelony superkoleś*), *intryga* (*odbijanie komuś partnera*), *bycie powiernikiem*, *częste mówienie kocham*, *rozweselenie*, *gdy sympatia jest w podłym nastroju*, *flirtowanie*, *długie rozmowy*, które (działania) *uzdalniają do kompromisów*, *poświęceń*; powodują, że *stosujesz drakońską dietę*, *wydajesz fortunę na tipsy i solarium*, a zatem (działania na) *powalcz o nią*.

Miłość to pierwszy z wielkich motywów kultury popularnej, zwłaszcza w dyskursie *coolturny nastolatka*. Temat ten w analizowanych czasopismach jest wszechobecny. Znaleźć daje się w psychotestach („Twoje szanse na miłość”), horoskopach („Szykuj się na łowy. Grudzień, a potem też cały karnawał, będzie dla Ciebie świetną okazją do flirtowania”), fotostory (praktycznie wszystkie poświęcone historiom miłosnym), nawet w artykułach zapowiadających święta, gdzie wstęp do tekstu nt. „Miłość na Gwiazdkę” ujawnia, co może stać się największym wydarzeniem tego okresu: „Słyszysz »Boże Narodzenie«, myślisz: a) dziki tłum w supermarketach, b) barszcz z uszkami, c) Mikołaj. Tym razem żadna z odpowiedzi nie jest prawdziwa! Kto powiedział, że święta to tylko czas spotkań rodzinnych, wypychania dziesięciu porcji sernika i czekania na pierwszą gwiazdkę? To również znakomita okazja do poznania swojej drugiej połówki. Wybierz więc odpowiedź d) — miłość. Tak jak zrobiły to nasze czytelniczki” („Dziewczyna” 2006, nr 12). Stwierdzenie „każdy marzy o miłości” wydaje się bliskie życia. Jednak miłość w dyskursie *coolturny nastolatka* przyjmuje postać kompulsywnej potrzeby posiadania obiektu westchnień; jest źródłem potwierdzania własnej wartości, sposobem na budzenie zazdrości otoczenia dzięki zażyłości z atrakcyjnym partnerem; przy czym nastolatek nigdy nie jest w pełni zdecydowany na konkretne wybory miłosne, więc trapią go dylematy: „zaufać miłości wakacyjnej, czy postawić na uczucie szkolne?”. Jeśli wreszcie zdecyduje się on uczynić jakiś krok, to tylko pod warunkiem odwołalności własnej decyzji. Zawsze przecież trzeba pozostawić sobie drogę odwrotu — wydaje się myśleć współczesny nastolatek. Jeśli żadne z uczuć nie jest dominujące — ponieważ dominująca jest tylko potrzeba doznawania silnych wrażeń — to gra „na dwa fronty”, korespondowanie na odległość z miłością wakacyjną i jednocześnie spotykanie się z sympatią szkolną nie budzą w nastolatku moralnych oporów. Miłość jest czymś przelotnym i sytuacyjnym (*wakacyjna*, *szkolna*, *nieoczekiwana*). „Spotkali się i zakochali na feriach, a zaraz po nich... przestali się znać. Ale te chwile na zawsze pozostaną w ich

pomieci” — takie nagłówki dominują w dziale „On i ona” czasopisma „Dziewczyna” (np. nr 2, 2006). Współczesny nastolatek nie chce zawiązać swojego doświadczenia do relacji z jednym partnerem. Dziś każdy chce „wziąć wszystko”. Nie trzeba się przecież zamykać w hermetycznym świecie jednej opcji życiowej. Żadna zwierzchność (Bóg, tradycja, rodzice) nie wymusza już podjęcia ostatecznej decyzji, która z konieczności wyklucza pozostałe opcje. Ciągłe balansowanie w obszarze związków uczuciowych odzwierciedla szerszy trend ponowoczesności: zindywidualizowanie, prywatyzacja decyzji w świecie pluralizmu stylów życia doprowadza do permanentnego niezdecydowania, w jakim pozostaje nastolatek. Pewność tego, czego chce się od życia, jasność wyboru, zaangażowanie i zgoda na ponoszenie konsekwencji wyborów to zjawiska z zamierzchłej przeszłości.

Miłość w dyskursie *coolтуры* nastolatka ma naturę zmysłową, „ziemską”, wstępującą, pożądlivą i posesywną; pozostaje bliższa greckiego pojęcia *eros* niż chrześcijańskiego pojęcia *agape* — miłości zstępującej, ofiarnej (Benedykt XVI, 2006: 5). Miłość ta ma charakter *czystej relacji*, o której tak pisze A. Giddens: „Czysta relacja nie ma nic wspólnego z czystością seksualną [...]. Dotyczy sytuacji, w których jednostki wchodzą w związek dla niego samego, czyli dla tego, co każda z nich może wynieść z trwałej więzi z drugą osobą, i trwa tylko dotąd, dokąd obie strony czerpią z niej dość satysfakcji, by chcieć ją utrzymywać. Niegdyś dla większości »normalnych« ludzi tym, co łączyło miłość i seksualność było małżeństwo, ale dziś w coraz większym stopniu jest to czysta relacja” (2006: 75–76). Czysta relacja realizuje się w miłości współbieżnej (tamże) i jako taka rzadko jest dozgonna, ponieważ jedynym jej uzasadnieniem są wzajemnie dawane rozkosz i satysfakcja. Trwa, póki obie strony dokonują dodatkowego bilansu oceny swojego związku. Nie spina jej już abstrakcyjne zadanie poczęcia potomstwa i jego wychowania; zwłaszcza jeśli dotyczy nastolatków.

Seks, innymi słowy (ekwiwalenty) *pierwszy raz*, *współżycie* jest (określenia) *udany*, *bezpieczny*, *nie jest dowodem miłości*; towarzyszą mu (asocjacje) *pierwsza miłość*, *czerpanie satysfakcji*, *wyrywanie chłopaka (dziewczyny)*, *antykoncepcja*, *zabezpieczanie się*, *lęk* (*nie doszło do współżycia, ale on penetrował palcem pochwy*). Wobec tego (działania na) *nie możesz zapomnieć o antykoncepcji*, a zatem przykładowo *odpakowaną globulkę trzeba na 10–15 minut przed stosunkiem włożyć do pochwy*.

W czasach ponowoczesnych, gdy — jak pisze Z. Bauman — nastąpił rozwód seksu i rodziny, podobny do opisanego przez Webera rozdzielenia gospodarstwa domowego i sfery biznesu, dokonała się

swoista panseksualizacja relacji międzyludzkich i jednoczesna emancypacja miłości z ram sformalizowanego oraz zinstytucjonalizowanego związku mężczyzny i kobiety. Pojęcie małżeństwa nie pojawia się w dyskursie *coolтуры nastolatka*, chyba że w kontekście problemów małżeńskich, jakie przeżywają jego rodzice. Zamiast małżeństwa mówi się o związku, partnerstwie i po prostu miłości. Ponadto „podtekst seksualny wchodzi w każdej emocji wychodzącej poza szczypty inwentarza uczuć mieszczących się w ramach niby-spotkania, w każdej ofercie przyjaźni, w każdym objawie głębszego zainteresowania drugą osobą” (B a u m a n, 2000: 165). Jadąc zatem na wakacje czy wychodząc ze znajomymi na imprezę, nastolatek stale pamięta o, dającym wiele *satysfakcji*, *wyrwaniu chłopaka/dziewczyny*, które może — choć oczywiście nie musi — zakończyć się „*pierwszym razem*”, czyli inicjacją seksualną. Seks w dobie ponowoczesnej „oczyszcza się starannie z wszelkich »zanieczyszczeń« typu zaciągania obowiązków, zadzierzganiania więzi, nabywania praw” (B a u m a n, 2000: 165), miłość zaś nie jest już dozgonnym ślubem wierności. Seks dla nastolatka, co widać w analizowanym polu semantycznym, jest nie tylko sposobem na *czerpanie satysfakcji*, lecz stanowi źródło lęku i zagrożenia. Jest wielce ryzykowną przyjemnością, stąd oswaja się go często przymiotem *bezpieczny*. Seks jest przedmiotem młodzieżowych fascynacji i pragnień, ale również obaw. Dzisiejsze pokolenie dorasta bowiem w atmosferze lęku przed AIDS i przed seksem (Melosik, 2000: 180). Strach ten budzi zwłaszcza niechciana funkcja prokreacyjna seksu. Widać to szczególnie w polu semantycznym kolejnego pojęcia.

Twój pierwszy raz, innymi słowy (ekwiwalenty) *rozpoczęcie współżycia*, to (określenia) *świadoma, poważna sprawa, czasem wakacyjna zachcianka*, z czym wiąże się (asocjacje) *zabezpieczanie się przed ciążą i chorobami przenoszonymi drogą płciową, niebezpieczeństwo ciąży, stosowanie metod antykoncepcyjnych (prezerwatywy, pigułki, globulki dopochwowe)*. Wobec tego (działania na) *masz prawo powiedzieć „nie”, nie śpiesz się, masz dopiero 14 lat, to za mało, aby stworzyć dojrzały związek, przemyśl to, nie podejmuj decyzji pod jakimkolwiek naciskiem*.

M. Foucault zarzucił duszpasterstwu chrześcijańskiemu, że rozpoczęło proces dyskursywizacji seksu, czyli mówienia o seksie, a przede wszystkim o tym, co go warunkuje, czyli o pragnieniach. Zadaniem mówienia o seksie i o pragnieniu jest jego kształtowanie „przez okiełznanie i odepchnięcie, lecz także przez duchowe nawrócenie, zwrot ku Bogu, fizyczny wpływ błogosławionego bólu na ciało odczuwające ukąszenia pokusy i miłość, która jej się opiera” (F o u c a u l t, 1995: 27). Chrześcijaństwo odegrało — według M. Foucault — zasad-

niczą rolę w procesie dyskursywizacji i represji seksu. W XIX wieku w proces ten wpisywała się medycyna i psychiatria. „Od trzystu lat człowiekowi zachodniemu przypisane było zadanie powiedzenia wszystkiego o własnej płci; od epoki klasycznej następowało poszerzanie i podkreślanie znaczenia dyskursu o seksie; oczekiwano, że ten wnikliwie analizowany dyskurs zaowocuje wielorakimi efektami w postaci przemieszczenia, intensyfikacji, reorientacji i przemiany samego pragnienia” (tamże).

Dzisiaj w proces dyskursywizacji seksu wpisuje się również kultura popularna, zwłaszcza analizowany dyskurs *coolтуры* nastolatka, o czym świadczą analizowane pojęcia *seksu* oraz „*pierwszego razu*”. Odnaleźć można w dyskursie *coolтуры* nastolatka przekonanie, że „o seksie należy mówić, mówić publicznie i to w sposób nie uwzględniający podziału na to, co przyzwoite, i to, co nieprzyzwoite, choćby mówiący dla siebie rozróżnienie takie zachował [...] należy o nim mówić nie jako o czymś, co po prostu podlega potępieniu albo jest tolerowane — seksem należy pokierować, włączyć w systemy użyteczności, uregulować na podstawie zasady dobra ogółu, sprawić, by funkcjonował według optymalnego wzorca” (tamże, s. 28—29). W dobie zagrożeń AIDS oraz coraz większej skali zjawiska zachodzenia w ciążę nastoletnich dziewczyn nie sposób nie mówić o seksie, nie sposób nie dostrzegać jego konsekwencji dla ogółu oraz poszczególnych jednostek, nie sposób nie proponować określonych wzorców współżycia seksualnego. Kultura popularna przejmuje rolę edukacji seksualnej, którą w dalece niewystarczający sposób prowadzi się w szkole i która niezmiernie rzadko obecna jest w gronie rodzinnym. Należy zauważyć, że dyskursu *coolтуры* nastolatka nie budują jedynie wypowiedzi nastolatków, którym udostępnia się łamy czasopisma, lecz jest on również dyskursem redakcji. To ona apeluje do młodzieży, by nie *śpieszyła się* w podejmowaniu decyzji o rozpoczęciu życia seksualnego. Wbrew formułowanej przez niektórych badaczy krytyce czasopism młodzieżowych, prezentowane tu analizy nie potwierdzają opinii o rzekomym promowaniu seksu przez analizowane czasopisma młodzieżowe, chyba że za promowanie seksu uznamy promowanie środków antykoncepcyjnych. Daje się oczywiście dostrzec milczącą zgodę na zjawisko współżycia nieletnich, skoro proponuje się im stosowanie środków antykoncepcyjnych, ale jest to przecież uznanie faktów, a nie promowanie zjawiska¹. Sprawą dyskusyjną pozostaje nato-

¹ Badania Z. Izdebskiego z 2001 roku, przeprowadzone na grupie reprezentatywnej Polaków między 15. a 49. rokiem życia, pokazały, iż inicjację seksualną do 15. roku życia przeszło 7% respondentów. Gdyby badać samych nastolatków, liczba

miast obrany przez te czasopisma model profilaktyki drugorzędowej (lansowanie antykoncepcji) zamiast profilaktyki pierwszorzędowej (lansowanie wstrzemięźliwości do momentu wyboru stałego partnera)². Możliwe, że w ostatnich latach zmienił się profil (przydałyby się w tej materii badania komparatystyczne) takich tytułów, jak „Bravo”, „Dziewczyna”, „Popcorn”, skoro w toku analiz nie zauważyłem, żeby P.T. Nowakowski miał rację, gdy pisze o tych czasopiśmie: „Seks przedstawiany jest jako zabawa, którą każdy powinien się zajmować. Zaś materiały prasowe, nie tylko wizualne, mogą pełnić rolę środków »dopingujących«, których celem jest wywołanie u niedojrzałej młodzieży dreszczyków związanych z podrażnieniem sfery płciowej, materiały te prowokują dorastającego chłopaka czy dziewczynę do nadmiernego zainteresowania ciałem, rozbudzają popęd seksualny i zachęcają do eksperymentowania w tej dziedzinie” (Nowakowski, 2004: 197—198). Co do strony wizualnej, to „piękne ciała” mogą być może rozbudzać seksualnie, ale przecież billboardy na ulicach, reklamy telewizyjne i dziewczyny na plaży letnią porą są prawdopodobnie jeszcze silniejszymi stymulatorami. Interesowanie się ciałem w czasach somatyzacji tożsamości nie jest również niczym szczególnym. Doradztwo, jakie świadczy się na łamach tych czasopism, a które zauważyć można w polu semantycznym terminu „*twój pierwszy raz*” (np. *masz prawo powiedzieć „nie”, nie śpiesz się, masz dopiero 14 lat, to za mało, aby stworzyć dojrzały związek, przemyśl to, nie podejmuj decyzji pod czyimkolwiek naciskiem*), na pewno nie zachęca do eksperymentowania w tej dziedzinie. Jak już wspominałem, daje się odczuć pewne przyzwolenie na seks, wtedy zwłaszcza, gdy redaktorzy promują środki antykoncepcyjne. Nie jest to jednak bezpośrednie promowanie seksu, lecz raczej realizacja jednego z modeli profilaktyki ryzykownych zachowań seksualnych i ich konsekwencji, jakie mogą zaistnieć podczas przygodnego kontaktu seksualnego w czasie wakacji i poczęcia dziecka przez niezdolnych jeszcze do opieki nastolatków. Na marginesie rozważań należy zauważyć, że rację ma P.T. Nowakowski, kiedy odnotowuje, że w czasopiśmie tych „temat seksu podejmowany jest w zasadzie przy pominięciu kwestii czystości i wstrzemięźliwości seksualnej” (tamże, s. 199). Dyskurs *coolturny nastolatka*, jeśli nawet sugeruje odłożenie decyzji o inicjacji seksualnej, to uzasadnia to bliżej niespre-

ta byłaby zdecydowanie większa, zważywszy na niższy przecież średni wiek inicjacji seksualnej współczesnego pokolenia młodzieży w porównaniu z wiekiem inicjacji ich rodziców (Izdębski, Ostrowska, 2004: 20).

² Na temat istniejących strategii profilaktyki ryzykownych zachowań seksualnych pisze Sz. Grzelak (2006).

cyzowaną dojrzałością i gotowością, nie wskazując bynajmniej na małżeństwo i związek ze stałym partnerem jako formułę gwarantującą ową gotowość. Za modelem profilaktyki ukierunkowanej na uczenie wstrzemięźliwości seksualnej do momentu wyboru stałego partnera na całe życie opowiada się Szymon Grzelak (2006: 14), autor najszerszego aktualnie w polskiej literaturze naukowej raportu na ten temat. Biomedyczny model profilaktyki seksualnej (zwiększanie stopnia dostępności antykoncepcji oraz stopnia jej stosowania), a taki dominuje w *coolturny nastolatka*, jest nadal przeceniany, gdyż m.in. „badania nad programami dystrybucji prezerwatyw wykazały, że nie dochodzi w ich wyniku ani do zwiększenia liczby użytkowników, ani do zmniejszenia liczby ciąż” (tamże, s. 34).

Jeśli chodzi o implikacje pedagogiczne dyskursu *coolturny nastolatka*, to bardzo prawdopodobne, że opisywane przez niektórych 15-latków problemy z zakresu własnego, przedwcześnie podjętego życia seksualnego mogą wywoływać u nieletniego odbiorcy poczucie nieadekwatności, jeśli odbiorca ten nie ma jeszcze za sobą inicjacji seksualnej. Młody czytelnik może świadomie poszukiwać kontaktu seksualnego, który pozwoli mu sprostać społecznie skonstruowanemu, fałszywemu wymogowi wieku rozwojowego; tym bardziej że to właśnie środki masowego komunikowania są głównym źródłem informacji, dzięki któremu młodzież uzyskuje wiedzę na temat aktywności seksualnej. Z. Izdebski pisze, że „we wszystkich dostępnych badaniach na temat źródeł, z których nastolatki czerpią swoją wiedzę o seksie, zdecydowanie najczęściej wymieniane są mass media — prasa, radio oraz telewizja. Ich rola jest szczególnie dominująca — zwłaszcza w przypadku dziewcząt — gdy chodzi o takie zagadnienia, jak: fizjologia stosunku płciowego, metody antykoncepcji, masturbacja czy choroby przenoszone drogą płciową” (I z d e b s k i, 2001: 22).

Nastolatek w analizowanym dyskursie raz — podobnie jak redakcja — uważa, że seks to *poważna sprawa*, zwłaszcza ze względu na grożące następstwa, innym razem wprost przeciwnie — traktuje go jak *wakacyjną zachciankę*. Jednak niemal zawsze życie seksualne kojarzy z problemami, dlatego jeśli już decyduje się „wkroczyć” w tę sferę życia, to *zabezpiecza się przed ciążą i chorobami przenoszonymi drogą płciową przez stosowanie metod antykoncepcyjnych*.

Inaczej niż w dyskursie *coolturny nastolatka*, pojęcia *miłość* i *seks* występują niezmiernie rzadko w dyskursie *hip-hopowym*. Obszar relacji intymnych w hip-hopie odzwierciedla pojęcie *dziewczyna*, a jego pole semantyczne obrazuje frustracje związane z trudnością nawiązania bliskości i prawdziwej miłości. Dyskurs *hip-hopowy* ma charakter wypowiedzi męskiej. Wprawdzie wśród raperów bywają kobiety, to

jednak reprezentuje on męski punkt widzenia. Podmiotem tego dyskursu jest twardy facet, który nie pozwala się „wodzić za nos”. Zna brutalną prawdę o życiu i wie, że nieudawana miłość przydarza się niebawem rzadko. Uważa, że w relacjach ludzkich chodzi zazwyczaj o pieniądze. Nie szczędzi zatem inwektyw pod adresem *grzesznych* kobiet. Zresztą kobiety niezmiernie rzadko bywają obdarzone *charyzmą i energią*, czasami tylko bywają *małdry* i *szczodre* — sugeruje dyskurs *hip-hopowy*:

Dziewczyna, innymi słowy (ekwiwalenty) *sztuka, fruzia, foczka, dziewczka, suczka*, to (określenia negatywne) *zdziła, dziwka, droga maskotka do salonów, pazerny lachon, kapsztolec, pipa, pizda, pinda, dupcia, kurwa, szmata, suka, grzeszna, zepsuta, chętna* (określenia pozytywne) *uśmiechnięta, zajebista, piękna, mała, szczodra, wymarzona*. Z nią wiąże się (asocjacje) *wyciąganie pieniędzy, żerowanie na chłopaku, seks, popęd do mamony, charyzma, energia*. To sprawia, że (działania podmiotu) *świntuszy, kusi, rozpala w sercu ogień, szuka księcia z bajki, co ma miliony na koncie*.

Podobnie jak miłość i seks w *coolturze nastolatka*, również dziewczyna czy kobieta w dyskursie *hip-hopowym* burzy ład i stanowi zagrożenie dla spokojnej egzystencji. Powody takiego stanu rzeczy są jednak różne i niezwiązane z zagrożeniem prokreacją czy chorobami przenoszonymi drogą płciową. Dziewczyna jako obiekt męskiego pożądania *kusi, żeruje na chłopaku*, ale przede wszystkim *wyciąga pieniądze*.

W obu dyskursach, *cooltury nastolatka* oraz *hip-hopowym*, o odczuciu świata w dobie ponowoczesnej decydują relacje intymne; to one konstytuują doświadczenie życia jako element światopoglądu. Już nie doświadczenie metafizyczne, spotkanie z mistrzem lub inną rzeczywistością pozaludzką³, groza i nieobliczalność przyrody czy codzienna walka o przetrwanie (choć w tym wypadku w dyskursie *hip-hopowym* istnieje wyraźne odstępstwo) absorbują świadomość i składają się na istotne momenty życia, które wspomina i roztrząsa nastolatek. To miłość i seks absorbują największe emocje w obu ana-

³ Przez spotkanie w najszerszym sensie rozumiem — za J. Tarnowskim — „zetknięcie z jakąś rzeczywistością, w nieco zaś węższym, gdy wpływa ono w znacznym stopniu na osobowość człowieka, a w szczególnym wówczas, jeśli ta rzeczywistość dotyka »rdzenia« osoby i całkowicie ją przeobraża. Takie zdarzenie nazywamy spotkaniem egzystencjalnym. Niektórzy ograniczają spotkanie do płaszczyzny interpersonalnej, ale nie można wykluczyć egzystencjalnego zetknięcia z rzeczywistością pozaludzką, np. z jakąś dziedziną wiedzy lub sztuką, która jest w stanie bez reszty ogarnąć osobowość, przenikając ją do głębi i dokonując w niej zasadniczych przeobrażeń” (T a r n o w s k i, 2001: 61).

lizowanych dyskursach. Są źródłem największych poruszeń i pragnień, kolonizują pamięć. Wszystko to stanowi jednocześnie powód frustracji oraz przedmiot kalkulowanego ryzyka. „W konsekwencji młodzież jest zawieszona, mówiąc metaforycznie, między Viagrą (stanowiącą symbol wolności seksualnej, seksualności nieokiełznanej, radosnej i optymistycznej) oraz AIDS (krystalizacja pesymizmu współczesnej cywilizacji, zaprzeczenie ciała i seksualności, na rzecz surowych restrykcji seksualnych)” (Melosik, 2002a: 69). Idol miłości, seksu i relacji intymnych w dobie ponowoczesnej wydaje się budzić tyleż sympatii, ile trwogi u idolatry.

2. Człowiek „wrzucony” w bezwzględny świat *versus* „uwięziony” w ciele — pesymistyczna wizja ludzkiego życia

Wiele badań nad obrazem świata w oglądzie młodzieży pokazuje, że ma on pejoratywny charakter. W badaniach T. Biernata „aż dziewięć osób na dziesięć, uzupełniając zdanie »Współczesny świat jest...«, wyraziło negatywny i pesymistyczny pogląd” (Biernat, 2006: 163). Niniejszy podrozdział prezentuje analizy kulturowych dyskursów, z których wyczytać można podobny obraz rzeczywistości. Źródłem udręk są jednak — w zależności od rodzaju dyskursu — całkowicie odmienne sfery rzeczywistości konstytuującej naszą codzienność.

Narrator w dyskursie *hip-hop*owym (funkcja nadana przekazowi) przypomina Bernarda Rieux, bohatera powieści *Dżuma* Alberta Camusa. Skonfrontowany z tragiczną sytuacją, jakich wiele przydarza się na tym świecie, musi wciąż na nowo podejmować brzemiennie w skutki decyzje. Albo zdobędzie się na heroizm wobec wyzwań i w ten sposób — jak powie egzystencjalista — wybierze lepszego siebie, określając poprzez swoją egzystencję własną istotę, albo wycofa się, stchórzy, nie stanie na wysokości zadania, stając się gorszą wersją samego siebie. W obliczu alkoholizmu rodziców, przemocy domowej u sąsiadów, utraconych szans na odebranie dobrej edukacji, wszechobecnej korupcji i egoizmu narrator dyskursu *hip-hop*owego zachęca siebie i swoich odbiorców do życia uczciwego, trzeźwego, wytrwałej pracy w dążeniu do osiągnięcia sukcesu, do niesienia pomocy, której ktoś może w danej chwili potrzebować. Szacunek otoczenia, wpisany w teksty *hip-hop*owe, który wyraźnie pełni funkcję ideału życia w tym dyskursie, zyskuje się w wyniku określonego kształtowania swojej egzystencji.

Szacunek, czyli *poważanie w środowisku, duma, wizerunek*, to zasłużone uznanie, które zyskuje się dzięki *posiadaniu zasad, autentyczności, oryginalności, lojalności, niezależności, byciu sobą, służeniu prawdzie, pozostaniu niezmiennym, szczerości, byciu normalnym, pokonywaniu swoich słabości*.

W. T a t a r k i e w i c z, streszczając tezy egzystencjalizmu, pisze, że człowieka nikt „wedle żadnej idei nie zrobił, znalazł się na świecie, nic z góry jego własności nie przesądza, a jaki będzie, to zależy od tego, co z siebie robi, może być tym czy innym, wszystkim albo niczym. [...] żyjąc w świecie, jest przezeń nieustannie zagrożony w swym istnieniu. Bo świat idzie swoim torem, nie bacząc na małe istnienie człowieka, i w każdej chwili tysiąc działających w świecie sił może to istnienie zniszczyć lub na szwank narazić. Istnienie człowieka jest »kruche« — to jego właściwość. Musimy więc nieustannie temu przeciwdziałać, bronić swego istnienia, musimy ciągle coś robić, czymś się zajmować, o coś się troszczyć. Życie jest tym wypełnione i przeto nieustanne troskanie się, troska jest cechą egzystencji ludzkiej” (2001: 348—349). J.P. Sartre odnalazłby pewnie w dyskursie *hip-hopowym* elementy egzystencjalizmu. Obraz świata w światopoglądzie *hip-hopowym* jest mocno pesymistyczny.

Życie, czyli *świat, los, rzeczywistość jest bezwzględne, wrogie, brutalne, okrutne, pełne iluzji, przegrane, kurewskie, bolesne, hardcore, często piękne, zachwyca, czasami potrafi cieszyć. Towarzyszą mu gwałty, narkotyki, pośpiech, twarde reguły, walka o przetrwanie, głupota, euro, dolce i PLN, zazdrość, korupcja, niegospodarność, ideałów mało, chciwość, plagi, podłości, wojna*. To wszystko powoduje, że życie stawia przeszkody, reklamuje durne wzory, depcze wyobraźnię, daje kopa, płata ludziom figle.

Rzeczywistość wielkich osiedli, gdzie kumulują się różne patologie społeczne, brak perspektyw życiowych, ludzie, którzy przegrali swoje życie albo przez narkotyki, albo przestępczość, skorumpowani politycy i policja, która zamiast pilnować przestrzegania prawa obnosi się ze swoją władzą, demonstruje swoją przewagę siłową — to wszystko składa się na doświadczenie życia i obraz świata w dyskursie *hip-hopowym* (szerzej o pojęciach i ich polach semantycznych konstytuujących światopogląd *hip-hopowy* w aneksie).

Bloki, czyli *betonowe płyty, ławki i chodniki, beton, ulica, osiedle, miasto, podwórko*, to *przeklęte, miejskie bagno, dżungla, uliczny syf, moja twierdza, wielkomiejski szum*. Z nimi związani jest/są *kumple, przyjaźnie, moje życie, mój świat, niechciane dzieci spod klatki, trudy codziennego życia, blokowa agresja, brak wi-doków*. One wychowują, zabijają w nas to, co najcenniejsze.

Przeegrany człowiek, to wcześniej *taki z planem na życie, bogaty, pusty z domu gnój, smutny chłopczyk, misterlover*. Towarzyszą mu *wyroki, sprawy, paragrafy, pobicia, chce wzbudzić tani respekt, zaczyna od drobnych przestępstw, zgubił go nałóg*.

Politycy, czyli *postowie, senatorowie, to przekupni, skitrani, debile, ci na stołkach*. Towarzyszą im *rządy kolesi, zasady ustalone kopertami*. To powoduje, że *robią machloje, kradną, żyją w wygodach, podnoszą podatki, tną renty, pozbywają się kopalni, łamią wszystkie obietnice, dorywają się do koryta*.

O ile w dyskursie *hip-hopowym* młody człowiek „wrzucony” jest w świat działających na niego od zewnątrz wrogich sił, o tyle w dyskursie *coolturny nastolatka* doświadczanie życia rozgrywa się w obszarze własnego ciała i jego problemów. Oprócz analizowanego już pojęcia seksu na doświadczenie życia (świata) w światopoglądzie *coolturny nastolatka* składają się jeszcze *problemy ze sobą, problemy zdrowotne oraz problemy z partnerem*. Te trzy kategorie problemów życiowych wydają się wyczerpywać kwestie problemów w ogóle. Wiaże się z tym — jak można sądzić — większy optymizm światopoglądu obecnego w dyskursie *coolturny nastolatka*. Łatwiej jest bowiem przeciwdziałać problemom zdrowotnym niż kontrolować takie zjawiska, jak bezrobocie, przestępczość czy zawiść, zazdrość i zła wola innych ludzi. Wydaje się, że dyskurs *coolturny nastolatka* spłyca ludzkie życie do wymiaru mikoroświata, w którym wszystko zależne jest od pojedynczego człowieka (*problemy z partnerem* trudniej kontrolować, choć dyskurs *coolturny nastolatka* i w tym przypadku doradza, jak je oswoić). Perspektywa socjocentryczna jest czymś rzadko spotykanym. Dyskurs ten, jeśli już porusza problemy, z którymi boryka się ludzkość (przestępczość, AIDS, ludzie wykluczeni), to tylko jako przestroga dla młodego czytelnika, który nie zachowując się rozsądnie, może uwickłać się w przykrą dla siebie historię. Zawężenie tematyczne do narcystycznego zainteresowania jedynie własnymi sprawami jest zjawiskiem bliskim tego, co krytykuje Z. Kwieciński. Zwraca on uwagę na współcześnie eksplorowane tematy badawcze, które również tracą z pola widzenia wielkie kwestie współczesnego świata. Píše on: „Wielkie problemy społeczne rozwoju i jego zagrożeń, nierówności, cierpień i nędzy milionów ludzi, wojny i pokoju, perspektywa samozagłady ekologicznej ludzkości i pandemii AIDS, możliwość ostatecznego starcia między cywilizacjami ziemskimi, zostały przesłonięte przez neurotyczne zadreczanie się sytych konsumentów euroamerykańskich własną tożsamością płciową i egotycznym roztrząsaniem drobnych zdarzeń w swym »mikrokosmosie« podwórkowych zdarzeń, małych intryg we wczorajszym odcinku ulubionej opery mydlanej [...]”

(Kwieciński, 2007: 146). Poza głównym nurtem roztrząsania *problemów ze sobą, problemów zdrowotnych i problemów z partnerem* można od czasu do czasu przeczytać w analizowanych czasopismach o takich sprawach, jak: narkotyki (marihuana, amfetamina, ecstazy czyli pix, piguła lub x,) uprowadzenia dla okupu, walki zwierząt, porzucone zwierzęta, zadymiarze na stadionach, Libia — gra komputerowa, która uzależnia, albo też o zgwałconej we śnie (pigułka gwałtu, np. GHB), nastoletnich mordercach, przestępczości internetowej (szokujące filmy), efekcie cieplarnianym, sprzedaży narządów. Są to jednak rzadkie przypadki spraw ogólniejszych niż kłopoty z własnym „ja”; spraw poruszanych na łamach takich działów, jak: Świat wokół nas („Popcorn”), Reportaż, Raport („Bravo-Girl” i „Bravo”), Tabu („Dziewczyna”).

Problemy ze sobą, czyli intymne sprawy, wiążą się z bliznami po trądziku, nierównym biustem, nadwagą, dołami, załamaniem, szybciej rozwijającymi się kolkami; dylematami: jak zdobyć tabletki antykoncepcyjne, odwlec okres, zostać sławnym, piosenkarką; niewiedzą: jako szatynka nie wiem, w jakich kolorach będzie mi najlepiej; jestem: owłosiona jak facet, niska, mam suchą i brzydką cerę, nie mam chłopaka, nigdy nie miałam orgazmu, jak usunąć wąsik nad górną wargą, czy od masturbacji będę bezpłodny, czy mogę usunąć znamię, czy herbatki ziołowe pomogą mi w odchudzaniu, dlaczego mój członek sztywnieje, nie cierpię swoich nóg, przestałem się interesować płcią przeciwną, boję się egzaminów, jak się całować, żeby się nie skompromitować. Wobec nich nie przejmuję się, zgłoszę się do nauczyciela, lekarza, poza kolesiami jest tyle rzeczy do zrobienia, zajmij się nauką, przyjaciółmi, rodziną, zmień swoje nawyki, nie martw się — fantazje erotyczne nie są zboczeniem.

Należy przyznać, że wyszczególnione problemy nastolatków mogą urastać do osobistych dramatów i jako takich nie powinno się ich bagatelizować. Czas pubertacji to okres „naporu” hormonalnego, zmian w proporcjach ciała, gwałtownego wzrostu narządów płciowych, dalej — w rozwoju społecznym — czas eksperymentowania z różnymi tożsamościami, które to zjawiska w sumie uczulają każdego młodego człowieka na własną wizualność. „Na skutek częstego w tym wieku porównywania się z rówieśnikami jednostka znajduje w sobie wiele cech, które je degradują we własnych oczach, uznaje siebie samą za »jakąś niedorobioną«, bo »mam za małe piersi, za małego penisa, inni już mają wąsy, a ja nie«. Popadają w kompleksy, urojenia — wmawiając sobie przypadłości, objawy, często zupełnie niezasadne” (Kurepa, 2007: 22). Kompulsywne zainteresowanie własnym wyglądem zwielokrotnia ponowoczesna kultura promująca znaczenie wizualności i usposabiająca jednostki ku narcyzmowi. „Normalne

zmiany fizjologiczne powodują wzrost ilości tłuszczu w ciałach kobiet w okresie dojrzewania. Jeśli jest to sprzeczne z oczekiwaniami kulturowymi (a także rodziców i rówieśników), może również pojawić się obsesja na punkcie kontrolowania swojej wagi. Problem ten jest eksponowany przez mass media, które w ten sposób podsycają atmosferę niepokoju” (M e l o s i k, 1996b: 145). Czasopisma młodzieżowe na każdym kroku zachęcają młodzież do inwestowania niemałego kapitału środków materialnych i wysiłku w swój wygląd. Trzeba mieć sporo pieniędzy i wiele godzin czasu wolnego, by zakupić proponowane kosmetyki i ubrania oraz stosować na sobie „gorąco” polecane maseczki, robić makijaże czy fryzury. Nagrodą za wysiłek i poniesiony wydatek ma być popularność wśród rówieśników oraz powodzenie u dziewczyn/chłopców. Kryterium powodzenia i sukcesu staje się dziś zazdrość otoczenia. Szacunek i prestiż nie są pochodną wiedzy czy prezentowanych postaw społecznych, lecz czystej atrakcyjności własnej — urody, seksapilu oraz znajomości tajników bycia *trendy*. Wydawałoby się, że swój sukces nastolatek powinien budować przez dobre oceny, pracę w szkolnej redakcji, w samorządzie, wolontariacie. Nic bardziej błędnego. Okazuje się, że w analizowanym dyskursie to wizerunek, a za nim popularność wśród kolegów oraz powodzenie w miłości (posiadanie chłopaka/dziewczyny) stanowią podstawowe kryterium powodzenia.

Popularność w grupie rówieśniczej, własną pozycję społeczną, szacunek i prestiż młody człowiek buduje przez: 1) budzenie zazdrości otoczenia; w dyskursie *coolтуры* nastolatka osiąga się to dzięki modnemu ubiorowi, fryzurze, szczupłej figurze, odpowiednio zmodyfikowanej powierzchni ciała (makijaż, peeling, tatuaże); „zaskocz go/ją/ich” (o chłopaku, dziewczynie, kolegach) to zachęta często adresowana do młodzieży przez czasopisma młodzieżowe; 2) przekonanie innych, iż jest się towarzyskim; trzeba zatem być koleżeńskim, mieć poczucie humoru, należeć do paczki znajomych, brać udział w imprezach i samemu je organizować; czasopisma młodzieżowe często doradzają jak przygotować *party*, które zrobi wrażenie; zapraszanie rówieśników oraz organizacja hucznej imprezy pod nieobecność rodziców w ich wielkich domach obrazuje wysokie dochody rodziny i wzmacnia pozycję nastolatka.

Podobne sposoby budowania własnego wizerunku przez młodzież opisują B. Fatyga, G. Fluderska i J. Wertenstein-Żuławski: „Aby być dobrze widzianym wśród kolegów, trzeba — według młodych ludzi — przede wszystkim mieć pieniądze lub też potrafić je zarabiać. Trzeba mieć poczucie humoru i umieć się bawić. Dobrze jest mieć samochód lub drogi motocykl. Dopiero jako dodatek do tych podstawowych atry-

butów warto mieć wyobraźnię i inteligencję, jakieś talenty. Mile widziane są także życzliwość i wyrozumiałość, dobry, łagodny charakter, ale już jako cechy drugorzędne. Podobnie jak własne zdanie, swój styl i osobowość. Wszystko to powinno być przyodziane w modną odzież” (Fatyga, Fluderska, Wertenstein-Żuławska, 1994: 8). Za porażkę życiową uważa się fizyczną nieatrakcyjność (*jestem: owłosiona jak facet, niska, mam suchą i brzydką cerę* itd.), ubóstwo utrudniające aktywność towarzyską i modne zarządzanie swoim wizerunkiem, brak partnera (*nie mam chłopaka, przestałem się interesować płcią przeciwną*), bycie postrzeganym jako szkolny kujon, brak przyjaciół.

Nastolatka piszącego listy do czasopism dręczą problemy i dramaty związane z atrakcyjnością fizyczną i trudnością znalezienia sobie partnera.

Problemy z partnerem (także potencjalnym lub eks), czyli *nieszczęśliwe zakochanie, on chce ze mną chodzić, a ja nie, mój chłopak myśli ciągle o eks, jak mogę skłócić jego numer telefonu, jak się odkochać, „tylko ja nie mam jeszcze dziewczyny, czy coś ze mną jest nie tak?”, moja dziewczyna nie okazuje mi uczuć, boję się, że chłopak znowu mnie zostawi, zakochałam się w starszym od siebie kuzynie, czy mogło dojść do zapłodnienia podczas kąpieli, oszalałam z miłości do Billa z TH, chcę się kochać z moją dziewczyną, a ona nie.*

Jak pokazuje przykład dyskursu sukcesu zawoalowanego w wizerunku oraz presji posiadania partnera przez nastolatka, kultura popularna może być źródłem opresji; może także wywoływać poczucie napięcia i niepokoju jako skutku konstruowania fałszywych konieczności. Nieumiejętność znalezienia sobie przez 15-latkę dziewczyny/chłopaka (*„tylko ja nie mam jeszcze dziewczyny, czy coś ze mną jest nie tak?”*), brak takiej potrzeby lub strach przed samotnością (*boję się, że chłopak znowu mnie zostawi*) mogą stać się dla niego silnie stresującym doświadczeniem, powodowanym przez wytwarzany przez kulturę popularną obowiązek młodzieńczej miłości. Rozterki duchowe, moralne czy aksjologiczne nie pojawiają się wcale. Zabiegi kosmetyczne, maseczki, kompresy, peelingi, okłady, płukanki oferowane są młodziutkim dziewczynom, których skóra przez najbliższe lata wcale ich jeszcze nie będzie potrzebować. Współczesna nastolatka bardziej zabiega o stan swoich włosów, wrażliwej cery i spierzchniętych łokci oraz o „wyrwanie” fajnego chłopaka niż o stan wiedzy, przygotowania do zajęć i czekających ją przecież egzaminów gimnazjalnych. Nastolatek w dyskursie analizowanych czasopism młodzieżowych odczuwa oprócz strachu przed seksem — jego funkcją pro-

kreacyjną oraz potencjalnością zarażenia się jakąś chorobą — lęk przed samotnością. Wachlarz lęków dopełniają te, które związane są z bardziej lub mniej rzeczywistą dysfunkcjonalnością własnego organizmu.

Problemy zdrowotne wiążą się z zawrotami, krostkami na penisie, guzkiem na piersi, zespołem napięcia przedmiesiączkowego, bólem penisa, jądra, dylematami: jak schudnąć, nie chcę mieć szorstkich pięt, czy ja mam żylaki, czy mając nadżerkę mogę współżyć z chłopakiem, po kochaniu odczuwam ból wokół jajników, moja skóra na wzgórku łonowym łuszczy się; mam: podkrążone oczy, żółtą wydzielinę z pochwy po masturbacji. Wobec tego należy zastosować gimnastykę, jogę, dietę, tabletki antykoncepcyjne (dobre na zespół napięcia przedmiesiączkowego). Stosuj odpowiednie preparaty, musisz rozstać się ze słodyczami, pizzą, frytkami, spaceruj, pływaj, zgłoś się jak najszybciej do lekarza pierwszego kontaktu.

Poza nielicznymi wyjątkami, gdy zainteresowanie przypadłościami cielesnymi ma swoje przyczyny, uwaga skupiona na funkcjonowaniu własnego ciała uzasadniona jest czymś innym niż dbałością o zdrowie. Z. Melosik pisze o współczesnej medykalizacji tożsamości i ciała — zjawisku, które wydaje się ponowoczesną strategią rozwiązywania dylematów tożsamościowych. „Medykalizacja męskiej (jak również kobiecej) tożsamości (i ciała) dotyczy redukcji coraz większej liczby problemów i zachowań ludzkich do kategorii biomedycznych. W rezultacie coraz więcej problemów osobistych człowieka ma być rozwiązywanych przez medycynę, lekarzy i lekarki [...]. Inwazja medycyny i farmakologii powoduje przy tym, że nasze życie nabiera charakteru »klinicznego« [...] życie staje się chorobą” (Melosik, 2002a: 18).

Ciągle oscylowanie wokół ciała, jego pielęgnacji i odmładzania, zamartwianie się jego kondycją zdrowotną to temat, który w dyskursie *coolтуры* nastolatka odtwarzany jest wciąż na nowo. Opowieść o ciele jako przedmiocie-kryterium sensowności wszelkich działań, teleologii współczesnego człowieka, dla którego nic poza ciałem nie jest równie ważne i oczywiste, bo jego istnienie narzuca się każdemu, jest dziś jedną z najpopularniejszych narracji. Dyskurs mody, diety, urody, zdrowia — wszystkie one są formułą opowieści o ciele. M. Foucault pisał: „Przypuszczam, nie będąc tego jednak bardzo pewnym, iż nie ma społeczeństwa, w którym nie istniałyby opowieści do wygłaszania, powtarzane, ulegające różnicowaniu; formuły, teksty, zrytualizowane zbiory dyskursów do recytowania w odpowiednich okolicznościach; rzeczy powiedziane raz, które zostają zachowane, ponieważ podejrzewamy w nich coś w rodzaju sekretu i bogactwa. Mówiąc krótko, mamy podstawy podejrzewać, że z dużą regularnością występuje

w społeczeństwach swego rodzaju zróżnicowanie poziomów dyskursów: dyskursy, które »mówią się« w codziennych wymianach zdań, przemijające wraz z samym aktem, który je wypowiedział, oraz dyskursy tkwiące u źródła pewnej liczby nowych aktów mowy, podejmowane ponownie, ulegające transformacjom; mówi się o nich zatem, że są to dyskursy, które w sposób nieokreślony, przekraczając własne formuły, *zostały wypowiedziane*, są wypowiedzane i pozostają wciąż do wypowiedzenia. Znamy je w naszym systemie kultury: to teksty religijne lub prawne, jak również te, tak interesujące, gdy rozważamy ich status, które nazywamy »literackimi«, i wreszcie, w pewnym sensie, także teksty naukowe” (Foucault, 2002: 16–17). Dyskurs o ciele w *coolturze nastolatka* jest taką opowieścią, w której młodzi ludzie odnajdują „sekret i bogactwo”. Nie szczędzą przecież środków finansowych, by korzystać z zachęt chemicznego zainteresowania się swoim ciałem (makijaże, farbowanie, perfumowanie, malowanie). Kultura popularna okazuje się kolejnym — obok tekstów religijnych, prawnych, literackich — obszarem istnienia permanentnie odtwarzanych opowieści.

Ciało, czyli wygląd, uroda, ładna sylwetka jest piękne, szczupłe, fajne, trendy, wydepilowane, modne, w normie, bez obciachu, cool, oszałamiające, zdrowe, aktywne, jędrne, romantic, fajowskie, kształtne, gładkie, bez zbędnego owłosienia, świeże, aksamitne, spoks, naturalne, lśniąco, słodkie, magiczne. Z nim wiążą się piersi, fryzura, nogi, maseczka, makijaż (oczu, ust, policzków), stopy, cera, styl, ubiór, kosmetyki, stylizacja, dieta, paznokcie. To wszystko sprawia, że ciało podoba się, uwodzi, wygląda, prezentuje się, potrzebuje opieki, powala wszystkich na kolana, uwydatnia, 3ma formę, zachowuje linię. Dlatego wymaga depilowania, pielęgnowania, perfumowania, nawilżania, zmiękczenia, oczyszczania, peelingu, malowania, operacji, odsysania tłuszczu (liposukcja), korekty, powiększania, pomniejszania, metamorfozy, piercingu.

A. Giddens (2001: 47, 316) pisze o „ja” każdego człowieka epoki późnej nowoczesności jako „refleksyjnym projekcie”, definiowanym jako budowanie (twórcze) tożsamości jednostki przez refleksyjne porządkowanie narracji. Owa refleksyjność czy też twórcze konstruowanie jednostkowej narracji dotyczy nie tylko tożsamości, sfery odniesień i tworzenia znaczeń, wytyczania celów, ale rozciąga się także na ciało, co stanowi bardziej uchwytne aspekty omawianego procesu. Ciało staje się przedmiotem kreacji i obiektem troskliwej pielęgnacji (*depilowanie, peeling, operacje, liposukcja, piercing, nawilżanie*). Zostaje poddane różnym reżimom — dzięki diecie *3ma formę, zachowuje linię* — często o charakterze ekstremalnym, jak się to zdarza w przypadkach *anorexia nervosa*. „Wygląd zewnętrzny staje się głów-

nym elementem refleksyjnego projektu »ja«. [...] »Bycie na diecie« [...] jest tylko szczególnym przypadkiem ogólniejszego zjawiska, polegającego na poddawaniu ciała reżimom dietetycznym w celu osiągnięcia jakiegoś efektu tożsamościowego. Z tego punktu widzenia anoreksję i jej pozorne przeciwieństwo, kompulsywne przejadanie się, należy rozumieć w kategoriach dramatycznie przejawiającej się potrzeby tworzenia i podtrzymywania wyróżniającej tożsamości indywidualnej oraz indywidualnego poczucia odpowiedzialności za to zadanie. Są to krańcowe przejawy praktyki poddawania ciała reżimom, która stała się częścią naszej codzienności” (Giddens, 2001: 138, 145). W opinii A. Giddensa anoreksja jest symptomem tych zagrożeń, które wiążą się z późnonowoczesnym (ponowoczesnym) głodem bezpieczeństwa i poczucia kontroli w świecie licznych i wieloznacznych opcji.

Jak widać, w polu analizy *ciała* jako ideału życia w światopoglądzie *coolтуры* nastolatka jest to dyskurs szczupłej sylwetki, urody i mody (kosmetyki, fryzury i makijaże, które trzeba mieć, by osiągnąć status bycia *cool* i *trendy*). To właśnie ciało doświadcza rzeczywistości, jest obiektem zagrożonym przez różnego rodzaju czynniki zdrowotne (*guzek na piersi*) i czynniki immanentnie związane z przyjemnością (czy mogło dojść do zapłodnienia podczas kąpieli?), przedmiotem udręki (*blizny po trądziku*) i źródłem codziennych kłopotów (*jak mogę skłować jego numer telefonu?*).

W odróżnieniu od tego wszystkiego, światopogląd w dyskursie *hip-hopu* eksponuje w zakresie ideału życia rolę *szacunku*, jaki zyskiwać trzeba sobie w środowisku ulicznym. Nie tylko *bloki* w wielkim mieście, ale życie w ogóle, z jego *wojnami*, *brutalnymi zasadami* oraz *polityką*, degradują ludzi słabych. Trzeba mieć *zasady*, pozostać *niezależnym*, *autentycznym*, by zdobyć poważanie *ludzi ulicy*. Zagrożeniem jest świat tam na zewnątrz. Szansą na lepsze życie są dokonania jednostkowe, niezłomność charakteru, wewnętrzny świat umysłu. W dyskursie *coolтуры* nastolatka świat tam na zewnątrz praktycznie nie istnieje i nie jest przedmiotem zbyt wielu komentarzy. Ograniczony jest on do grona rówieśników i „bliskich obszarów” (dyskoteka, szkoła, impreza), będących wybiegiem dla „ja”. Świat zewnętrzny istnieje w tym dyskursie jedynie jako teren ekspresji młodego ciała. Prawdziwy obszar niebezpieczeństw czyha w przestrzeniach ciała, jego dysfunkcjach, które kompromitują, oraz w niewykorzystanych szansach. Ciało jest bowiem zadaniem do wykonania. Stawką jest *seks*, *miłość*, *przyjaźń*, *zdrowie*. Uwaga dyskursu *coolтуры* nastolatka skupiona jest zatem na najbliższym obszarze.

3. Cieleśność *versus* osobowość — czym jest treść współczesnej tożsamości nastolatka?

Z. Melosik w analizie ponowoczesnych zmian w kulturze pisze, iż „niekiedy ma się wrażenie, że tożsamość to modnie skrojony strój i modnie skrojone ciało” (1996b: 110). Owo przeniesienie kwestii tożsamościowych na powierzchnię ciała, jako rezultat kryzysu metafizyki we współczesnych czasach — dziś trudno jest odwoływać się do apriorycznej racjonalności mogącej uzasadnić głębszy, duchowy wymiar naszego życia — sprawia, że dawne metanarracje chrześcijaństwa, etosu rycerza, człowieka renesansu, idei oświecenia czy etykiety dżentelmena przestały odgrywać niegdysiejszą rolę budulca wykorzystywanego do konstruowania tożsamości przez całe pokolenia młodych ludzi. Mówiąc inaczej, to kryzys metanarracji powoduje wzrost znaczenia ciała w procesie definiowania własnej tożsamości. Dawne tożsamości miały charakter wrodzony, dzisiejsze mają charakter — jak zauważa A. Giddens — „refleksyjnego projektu”. Trzeba zauważyć, że cieleśność w sposób naturalny odgrywa ważną rolę w procesie definiowania własnej tożsamości, ponieważ okres najgorętszego poszukiwania tożsamości pokrywa się z czasem dojrzewania fizycznego i seksualnego, a więc głębokich zmian w wyglądzie ciała. Jakby wbrew opisaney tendencji, prezentowane analizy czasopism wskazują, że cechy osobowości stanowią istotny czynnik w określaniu własnej tożsamości przez nastolatków, nawet ważniejszy niż atrybuty somatyczne. Somatyzacja tożsamości nie znosi ważnej roli osobowości, jaką odgrywa ona w procesach samookreślenia. Jeśli coś ulega somatyzacji w dyskursie *coolтуры nastolatka*, to jest to somatyzacja ideału życia i doświadczeń życiowych. Ciało jako ideał życia w światopoglądzie *coolтуры nastolatka* było tematem poprzedniego podrozdziału. Somatyzację doświadczeń życiowych widać w poruszanych przez dyskurs *coolтуры nastolatka* wydarzeniach o dużym ładunku emocjonalnym — *problemach zdrowotnych, problemach ze sobą oraz z partnerem*, w których nie istnieje właściwie sfera dylematów moralnych i aksjologicznych, a sfera relacji interpersonalnych reprezentowana jest w stopniu znikomym. W tych warstwach światopoglądu cieleśność ma fundamentalne znaczenie. W obrazie siebie samego, czyli tożsamości będącej częścią obrazu świata, da się odnaleźć pewne głębsze pokłady niż sama wizualność, naoczność ciała (pierwiastki duchowe, to byłoby za dużo powiedziane).

Analizowane czasopisma dużo miejsca poświęcają wyobrażonej, domyślnej charakterystyce młodzieży; najczęściej wprost wypowia-

dają się na temat tożsamości czytelników (odbiorców). Kategoria *Ty*, którą wyróżniłem w światopoglądzie *coolтуры* nastolatka, to kategorię głos redakcji, która wydaje się wiedzieć wszystko o potrzebach współczesnego młodego człowieka oraz jego identyfikacjach. Również słyszalny jest głos samej młodzieży na łamach czasopism, gdy próbuje ona rozstrzygnąć, kim jest i kim warto zostać. Okazuje się, iż w polu semantycznym kategorii *Ty*, czyli tożsamości współczesnego nastolatka, znajduje się — co ciekawe z punktu widzenia somatyzacji tożsamości w dobie ponowoczesnej — więcej odniesień do charakteru i osobowości młodych ludzi niż do spraw cielesnych. W podanych dalej polach semantycznych różnych kategorii podkreśliłem słowa odnoszące się do cielesności. Pozostałe wyrazy odnoszą się do różnych parametrów osobowości i charakteru.

Ty, czyli (ekwiwalenty) *twoje cechy, typ osobowości, predyspozycje* jesteś (określenia pozytywne) *zadowolona, pewna siebie, trendy, szczerza, uczuciowa, wrażliwa, wesoła, słodka, elegancka, zdyscyplinowana, nieodgadniona, zmysłowa, fascynująca, przyciągasz spojrzenia, ładna buźka, pracowita, miła, kreatywna, wszechstronna, masz poczucie humoru, idealna, delikatna, romantyczna, otwarta, spokojna, taktowna, uśmiechnięta, pełna powera, kobieca, estetka, the best, sexy, lubisz wyróżniać się z tłumu, jesteś fanką*, (określenia negatywne) *niedostępna babka, gruba, chuda, nerwus, choleryczka, próżna, nieobliczalna, masz piegi, przyszcze, małe/duże piersi, niski/wysoki wzrost, zadarty/duży nos, obgryzione paznokcie, kłopot z wystawianiem się, krzywe nogi, rude włosy, jękanie, dużą pupa, trudności z nauką, brak markowych ciuchów, przestarzały model komórki, obrażalska, klótnica, złośnica, roztrzepana, uciążliwa, nieśmiała*, (określenia neutralne) *zakręcona na maksiora, cwana, wybuchowa jak wulkan, uparciuch, realistka, skryta, beztroska, momentami bezczelna, chcesz mieć fajnego, normalnego chłopaka, chcesz, aby wszyscy kołesi ustawiali się w kolejce do ciebie*. To wszystko sprawia (działania), że poszukujesz *plakatów, artykułów, zdjęć na temat gwiazdy, tej zimy skusisz go zakazanym owocem twoich błyszczących, rozświetlonych ust*, marzysz o idealnej szkole, o miłości. Dlatego (działania na) *ćwicz, zmywaj się, tonizuj, namierz krostę, porcuj krem, zastosuj dietę, poznaj własne wady i zalety, zostań modelką, pobycz się, ćwicz pozytywne myślenie i pewność siebie, weź aromatyczną kąpiel*, spróbuj dostrzec w sobie coś, czego nie mają inni, panuj nad sobą.

Na 34 określenia pozytywne kategorii *Ty*, jakie wynotowałem w toku analizy treści, tylko 7 to określenia odnoszące się do „powierzchni ciała” nastolatka (*sexy, ładna buźka* itp.). Pozostałe są samookreśleniami, które z wyglądem ciała nie mają nic wspólnego (*pracowita, szczerza*). Wśród 27 określeń negatywnych tożsamości nastolatka 13 to sfera cielesności (*gruba, chuda*), 14 krąży wokół cech osobowości (*próżna, choleryczka*). Wszystkie określenia neutralne dotyczą osobowości (*beztroska, realistka* itd.). Wśród przymiotników

określających tożsamość nastolatka dominują przymioty osobowościowe. Być może zatem zbyt wcześnie ogłasza się śmierć życia wewnętrznego i oznajmia triumf ciała. Większość osobowościowych cech w polu semantycznym pojęcia *Ty* odnosi się do zdolności w zakresie komunikacji interpersonalnej (*szczerza, masz poczucie humoru, otwarta, uśmiechnięta, choleryczka, jękanie, kłótnica, nieśmiała, wybuchowa jak wulkan, skryta, momentami bezczelna*) oraz wyznaczników określających wartość osoby, której miarą jest — w tym przypadku — jej spolegliwość, towarzyskość oraz popularność wśród rówieśników (*uczuciowa, wrażliwa, miła, delikatna, niedostępna babka, obraźliwa, uciążliwa, chcesz, aby wszyscy kołesi ustawiali się w kolejce do ciebie*). Dla tożsamości młodego człowieka w dyskursie *coolturey nastolatka* nie jest najważniejsze, by brylować w towarzystwie dzięki własnej urodzie i modnemu ubiorowi, lecz by móc powiedzieć o sobie, iż jest się lubianym, towarzyskim, cenionym za umiejętności zjednywania sobie innych. Mimo to nie można powiedzieć, żeby cielesność nie odgrywała znaczącej roli w procesach samookreślania. Stąd wyrażne rady obecne w dyskursie *coolturey nastolatka*: *zmywaj się, tonizuj, namierz krostę, porcuj krem, zastosuj dietę*.

Nie mniej miejsca poświęca się charakterystyce innych osób — *gwiazdom i facetom* (odbiorcami dyskursu *coolturey nastolatka* są w większości dziewczyny (zob. tabela 4), dlatego ideał męczyzny bywa częściej kreowany). Podglądanie przez nastolatków takich osób, jak Mandaryna, Britney Spears, Doda, Angelina Jolie, Shakira, Eminem, Paris Hilton, Justyn Timberlake czy Christina Aguilera, to sposób na roztrząsanie i ocenę przez nich szanowanych bądź pogardzanych cech tożsamościowych. Plotka i mówienie o innych bywają formą mówienia o własnych wartościach. „Plotka jest wreszcie sposobem mówienia o sobie poprzez krytykę działań i wartości innych” (Jenkins, 2007: 85). Ma ona również funkcję alienacyjną. Jest formą ucieczki od własnego „tu i teraz” w przestrzeń marzeń, które urzeczywistnili w swoim życiu inni.

Gwiazda(y), czyli *piosenkarze, aktorzy, idole, to twarze miesiąca, ambitni, wrażliwi, z fantazją, lubią przygody na jedną noc, najlepsze biodra show-biznesu, nakręcenie, rozśpiewani, na maksa przystojni, wystylizowani, kochają swoje psiaki, mają świra na jakimś punkcie, wróg narkotyków, ekscentryczni, uczuciowi, czadowi, skandaliści, niepoprawna balowiczka, niewolnica niegrzecznego wizerunku, sprytna, blondwłosa, kolorowa kukielka show-biznesu, umie się sprzedąć, wyrafinowany całusnik, supermani ekranu, lubi ryzyko, bajerant-uwodziciel, ciepłe kluczy, hollywoodzkie ciacho, z charyzmą, wrażliwy, z wdziękiem lalki Barbie, skromnisia, rozrabiaka, feministka, rodzinny, lubi adrenalinę, kręci ich życie na maksa i kolekcjonowanie mocnych wrażeń, zuchwali, zabójczy, boska blondynka*.

Na 41 określeń osób popularnych tylko 9 odnosi się wprost do cielesności, pozostałe są parametrami osobowości (upodobań, motywacji, postaw). Określenia w polu semantycznym pojęć *Ty* oraz *gwiazdy* pokazują, iż w dyskursie *coolтуры* nastolatka zasadnicze znaczenie ma tożsamość osobista. Tożsamość grupowa, kolektywna jest mniej istotna. Tożsamość osobista staje się przedmiotem poszukiwań, gdy oferuje się nastolatkom psychotesty, mające pomóc im w odkryciu własnych, indywidualnych cech. „Co mówi o Tobie... telefon?”, „Jak działasz na facetów?”, „Jak umiesz dochować tajemnicy?”, „Czego zazdrościsz ci inni?”, „Sprawdź, czy masz seksapil? (zostań kusicielką)”, „Jaka jesteś naprawdę?”, „Jaki typ kolesia ci najbardziej pasuje?”, „W kim chciałabyś się zakochać?”, „Jaka jesteś singielką?”, „Który zwierzak do ciebie pasuje?”, „Jak działasz na innych?”, „Czy lubisz się mścić?”, „Czy jesteś sexy?”, „Jakie żarełko ci pasuje?”, „Czy kręca ci komplementy?”, „Jaki sport najbardziej do ciebie pasuje?” — to przykładowe testy mające pomóc młodym w zdefiniowaniu ich tożsamości. Dziesiątki psychotestów służą dzisiejszemu nastolatkowi w jego poszukiwaniach obrazu siebie samego. I chociaż nie daje on wiary — jak pokazuje analiza recepcji dyskursu *coolтуры* nastolatka, o czym w rozdziale V — wynikiem tych testów, dostarczają bowiem zbyt wiele sprzecznych opisów i charakterystyk, by można było traktować je poważnie, to jednak podsuwają pojęcia, materiał tożsamościowy, co nie pozostaje bez wpływu na konstrukcję obrazu siebie i własnej wartości. Kiedy nastolatek zgodzi się już z zaproponowanym obrazem siebie samego: *romantycznego, skłonnego do marzeń, z dużą wyobraźnią*, to redaktorzy kolorowej prasy dopasują do tych cech osobowościowych odpowiedni zapach, który przecież również stanowi o wyjątkowości i indywidualności. Kto w jednym z takich testów uzyska 24—30 punktów, ten dowie się: „Masz sporo wdzięku i kokieterii. Lubisz flirtować. I świetnie ci to wychodzi, jesteś bezpośrednia, łatwo nawiązujesz kontakty z ludźmi, zwłaszcza z kolesiami ☺. Jeśli chcesz robić na nich jeszcze większe wrażenie, działaj na ich zmysły! Jak? Używaj perfum i kosmetyków pachnących orientalnymi kwiatami, przyprawami korzennymi czy słodkim karmelem. Kuś zapachem! [...] Żel pod prysznic z kaszmiem (Palmolive, 9 zł). Woda toaletowa (Kaos, Gosh, 60 zł)” („Bravo-Girl” 2006, nr 25). Z zupełnie inną propozycją zapachów nastolatek spotka się, jeśli uzyska inny profil osobowościowy (osiągnie inną liczbę punktów). Nie wnikając w intencję nadawcy, czyli funkcję intencjonalną przekazu — a dostrzec tu można wyraźną strategię marketingową *placement*, czyli umieszczania oferty sprzedaży w kontekście, który pozornie ma cel niemerkantylny — należy powiedzieć, że funkcja pełniona takiego przekazu ma charakter

„konstruowania tożsamości”. Mozaika cech charakteru, określone zapachy, rodzaj cieni do oczu, odpowiedni make-up, styl ubioru (sportowy, hippi bądź rockowy) tworzą razem sfragmentyzowany obraz tożsamości, który można przyjąć jako swój własny.

Konstruowanie własnej tożsamości przez identyfikację ze wspólnotami, takimi jak liberałowie, konserwatyści, ekolodzy, alterglobaliści, katolicy, anarchiści, intelektualisci, zacy, artyści, pacyfiści itd., to narracje obce dyskursowi *coolтуры nastolatka*. Znak zodiaku i przynależność do fanów określonego gatunku muzyki, filmu czy serialu stanowią jedyne kryteria określania własnej tożsamości społecznej (kolektywnej). Astrologia i gust w zakresie kultury popularnej stają się dla współczesnego nastolatka skalą oceny innych ludzi. Jedna z młodych dziewczyn w następujący sposób komentuje nieatrakcyjność potencjalnego partnera: „Niby z nim miałabym chodzić? Aż mi w gardle zaschło. Przecież on słucha Danzela!” („Dziewczyna” 2006, nr 11). Swoista endogamia. Nakaz wiązania się z fanem własnego, preferowanego nurtu muzycznego.

Facet, czyli *ciasteczko, koło, koleś, ciacho, typek, gostek, towar, qmpel*, to *Casanova, wrażliwy, przyjaciel, twardziel, bożyszcze, wulkan energii, błysk w oku, piękna twarz, kręci cię, pasjonat, świetny doradca, dyskretny powiernik, seksowny, męski, czarujący, tajemniczy, z dobrym gustem; piękniś, kochliwy, macho, laleczka, aktywista, niepokojący, luzak, zaborczy, pustak, narcyz, lansiarsz, mięczak, bajerant, kujon, głupek, olewus, przewidywalna maszyna o prostej konstrukcji, lizus, strachlak*. Wiążą się z nim dylematy w rodzaju *jak go zdobyć, jak do niego podbić*. *Facet całuje, lawiruje, lansuje, zniewala, mówi tylko o piłce i nowej konsoli, spędza pod prysznicem od 20 min. do 1 h, pociesza mnie po nieudanych kartkówkach, pomalował mi pokój, nosi za mnie ciężkie rzeczy, towarzyszy mi nawet na zakupach*. Wobec niego *flirtujesz, wyrwasz go, wyhaczasz, rozkochujesz go, porzucasz, łapiesz go (obserwuj, zagadnij go, zaimponuj mu, kuś i czaruj, wypytaj o niego, bądź zawsze obok, zaproponuj coś), masz na niego ochotę*.

Podobnie jak w przypadku pojęć *Ty* oraz *gwiazdy*, w polu semantycznym terminu *facet* przeważają określenia odnoszące się do osobowości (na 36 tylko 12 dotyczy cielesności). Somatyzacja tożsamości, choć widoczna (*lansiarsz, Casanova, seksowny*), nie stanowi głównego rdzenia tożsamości. Potocznie sądzi się, że większą skłonność do instrumentalizowania płci przeciwnej mają mężczyźni. Okazuje się jednak, iż kategoria *facet* — ważny element światopoglądu kobiecego — podlega w dyskursie *coolтуры nastolatka* znaczącemu uprzedmiotowieniu. Mimo że częściej wspomina się o jego atrybutach osobowościowych (*tajemniczy, z dobrym gustem, wrażliwy*) niż cielesnych, to jednak *ciacho* — jak mówi się w tym dyskursie o pożądanym chłopaku —

ku — jest głównie obiektem *wyhaczania*, *flirtowania*, *wyrywania*, *rozkochiwania* i *porzucania*. J. Kurzępa opisujące zjawisko nazywa wprost „ciągami na penisa”. Przejawia się ono m.in. prowokacyjnością zachowań współczesnych nastolatek, szukaniem przez nie okazji do kontaktu seksualnego, ocenianiem koleżanek według liczby zachowań seksualnych, rankingiem puszczałskich (Kurzępa, 2007: 128—129). Czasopismo „Victor Gimnazjalista” donosi o zjawisku tzw. tabeli w szkole. „Tabela” to spis „kto z kim, kiedy zaczął chodzić i kiedy zerwał” (2007, nr 4). Sporządzają ją osobno chłopcy, osobno dziewczyny. Komentarz nastolatków do „tabeli” jest następujący: „W mojej klasie nie ma oficjalnych tabel, ale atmosfera jest podobna. Moja sąsiadka z bloku chodziła już chyba ze wszystkimi chłopakami w szkole, ze mną też (Tomek)”. „Jak jesteś w gimnazjum i nie masz pary, to jesteś zerem albo jesteś brzydka i gruba, bo inaczej... Każdy z kimś chodzi. Tak już jest (Daria)”. Istotnym sprawdzianem własnej wartości staje się zdolność „zdobycia” partnera. Zmiana w zakresie pełnionej tradycyjnie przez kobiety roli „twierdzy” zdobywanej przez mężczyzn, stosujących różne strategie „podjazdu”, czyli egalitaryzacja „nachalności” jako barometru prawdziwego uczucia, jest efektem nie tylko zacierania się różnic płciowych, ale również presji na autentyczność bycia. W imię szczerości, prawdziwości i autentyczności dziewczyny nie ukrywają już swoich uczuć. Szerzej o ideale autentyczności traktuje kolejny podrozdział.

Nieco inaczej kwestia tożsamości przedstawia się w dyskursie *hip-hopowym*. Przede wszystkim wyraźny jest komponent tożsamości grupowej. Potwierdza się hipoteza o nowoczesnym charakterze tego dyskursu, którego jednym ze wskaźników (Mugleton, 2004: 69) jest właśnie dominacja tożsamości grupowej (*versus* ponowoczesna tożsamość fragmentaryczna). Pozostałe wskaźniki nowoczesnego ducha to nacisk na poglądy i wartości, przynależność do grupy postrzegana jako stała, wyraźne określenie granic (*versus* w dyskursie ponowoczesnym — np. *coolтуры nastolatka* — fascynacja stylem i wizerunkiem, przemijająca więź z grupą, granice słabo określone). W utworach *hip-hopowych* często pojawia się kategoria *My*. Spoiwem tej grupy jest wspólne doświadczenie cierpienia biedy, życie na wielkomiejskim osiedlu oraz pasja tworzenia i/lub słuchania rapu.

My, czyli *nasi*, *ziomale* (*koledzy*), *MC-e* (Master of Ceremony, wokalista, jeśli można użyć takiego terminu na określenie rymującego rapera), *kumple*, *ja i moje ziomki*, *ferajna*, to *lojalni*, *tyse typy*, *wierni ideałom*, *normalne chłopaki ze społecznych nizin*, *elita marginesu*, *element zepsutych dzielnic*, *nie jesteśmy święci*, *podwórkowi poeci*, *dzieci bram*. *My* to innymi słowy skład (zespół muzyczny), *śro-*

dowisko hip-hopu, chłopaki z ulicy. Dlatego wspieramy się, podnosimy na duchu, jaramy gibonki (porcja marihuany), „na ulicy co krok, prawie co drugi blok, nadają nasze tracki (utwory muzyczne), to miłe chłopaki”.

Własna tożsamość określona jest tutaj na podstawie wspólnoty przeżyć (*element zepsutych dzielnic*), losu (*wspieramy się, podnosimy na duchu*) oraz ideałów (*wierni ideałom, MC, który robi hip-hopowe tracki*). Odwołań do własnej wizualności jest niewiele (*tyse typy*). Podobnie w polu semantycznym pojęcia *Ja*. Na 30 określeń własnej osoby, a narrator w dyskursie hip-hopowym mówi często i chętnie o sobie samym, znaleźć można — w analizowanej próbie badawczej — zaledwie jedno odwołanie do cieleśności (*mam urok osobisty*), które zresztą do końca nie wiadomo, co oznacza.

Ja, czyli MC, jestem zły, wkurwiony, libertynem, realistą, jak narkotyk, jak antybiotyk, desperat, prawdziwy, doceniony, sławny, wróg publiczny, duchowo mocny, dosadny, dokładny, fenomenalny, super unikalny, wieczny dzieciak, niezniszczalny, krnąbrny, młody gniewny, ulicy król, nie jestem wzorem, znam swoje wady, mam moc, motywację do pracy, chęć do rozwoju, „teb pełen idei mam, jak dachy anten”, ja to twój przewodnik, mam urok osobisty. Z tym wiąże się, że chcę zostawić ślad po sobie, rozumiem bardzo wiele, „mieszkam w jednej z kamienic, gdzie tynk leży na ziemi”, gniew to mój motyw, na ulicy twardo patrzę w twarz faktom, wychowały mnie bloki, „ławka, kartka, czarna noc i ja — piszę i chcę jak najwięcej z życia”, ciągle w biegu, nie poddaję się zakrętom losu, mam swój styl i pogląd. Dlatego komentuję rzeczywistość, przedstawiam ten świat takim, jakim go widzę, nawijam, piszę, docieram do prawdy, pomagam bratu, bakam (palę zioło), opowiadam o tym, co jest chore, pierdolę wszystko, żyję intensywnie, chciałbym może zmienić tą muzyką ludzi, wbijam na salony, kocham, osiągnę swój cel, kpię z głupoty.

Zauważa się, że tożsamość w dyskursie *hip-hopowym* cechuje się wysokim poziomem poczucia własnej wartości (*osiągnę swój cel, jestem prawdziwy, doceniony, sławny, duchowo mocny*). Znacznie rzadziej niż w dyskursie *coolturny nastolatka* znaleźć tu można negatywne określenia własnej osoby bądź własnej grupy, z którą zachodzi silna identyfikacja. To wręcz fundamentalistyczne przekonanie co do prawdziwości własnego przesłania i szczerości postaw prowadzi do precyzyjnego zdefiniowania wroga. I nie jest to cellulitis, nadwaga czy niski wzrost — jak w dyskursie *coolturny nastolatka*, ale konkretna grupa osób. W tym kontekście potwierdza się obawa postmodernistów w odniesieniu do depozytariuszy prawdy — w istocie bowiem narrator w tym dyskursie *dociera do prawdy, rozumie bardzo wiele, jest twoim przewodnikiem* — że wytyczają oni linie demarkacyjne, za

którymi znajdują się błądzący. „Innowierców” trzeba nawracać siłą lub atakować i zwalczać w imię słusznej racji.

Wróg z branży muzycznej to *leszcz, szuja, skurwiel, gnój, kurwa, jesteś prostą grą na nokię, nie masz jaj, gryzie cię zazdrość młokosie, estradowa miazga, poziom zerowy, HWD do połowy, medialna sława, smutas, łajza, tchórz, kiepski mc, śmieć, brak ci pasji, talentu, hiphopolowiec*. Cechy te należy wiązać z wykonawcą *hip-hop*o, karierowiczem, pseudoraperem, innym składem *hip-hop*owym. To sprawia, że *kopiuje (plagiatuje), dąży po trupach do sławy, robi kicz, plecie, co ślina na język przyniesie, kładzie kłody, patrzy z zawiścią na nasze logo*. Dlatego należy go *rugać bezlitośnie, dissować (ostro krytykować), dać mu kurs rapu*. Niestety *media biją im brawo*.

Dostrzegalny jest w tym dyskursie wyraźny resentyment do komercyjnych zespołów muzycznych i gwiazd, które obecne są w mediach i zdobywają niemałą popularność (*media biją im brawo*). Takim wrogiem w branży *hip-hop*owej jest Mezo, wykonawca *hop-hop*owy, który swego czasu zajął drugie miejsce na festiwalu w Opolu. Z wrogością ze strony dyskursu *hip-hop*owego muszą liczyć się wszyscy, którzy wyjdą poza czystość gatunku muzycznego, jakim jest *hip-hop* i — w imię popularności(?) — połączą bity *hip-hop*owe z elementami komercyjnego popu, jak robi to m.in. Mezo. Na marginesie rozważań — jeśli wolno wyjść na moment poza naukowy dyskurs — chciałbym ocenić pewną część dyskursu *hip-hop*owego, pozostałą bowiem wielce sobie cenię, i o twórczości, przykładowo Pei, bardzo szanowanego w nurcie wypowiedzi *hip-hop*owej rapera, powiedzieć słowami S. Kierkegaarda: „Żyje jednak wiele takich osób, dla których życie sprowadza się do paplaniny i dlatego spotykamy się na ulicach, w towarzystwie i książkach częstokroć z bezmyślną paplaniną, która, rzecz jasna, nosi na sobie piętno owego *Orginalitätwuth* (szalu oryginalności), który, gdyby został przeniesiony do świata, wzbogaciłby go całą masą sztucznych twórców, z których jeden byłby bardziej pożalowania godny od drugiego” (Kierkegaard, 1976: 356). Stwierdzenie *plecie, co ślina na język przyniesie*, formułowane przez główny nurt wypowiedzi *hip-hop*owej i kierowane do wykonawców *hip-hop*o, odnosi się również do znacznego sektora „prawdziwego” *hip-hopu* (odsylam do utworów Pei).

Analiza obu dyskursów pod kątem wpisanych w nie enuncjacji tożsamościowych pozwala stwierdzić, iż wykazują one zarówno podobieństwa, jak i różnice. Podobieństwa dotyczą dominacji cech osobowościowych, jako rdzenia tożsamości, w stosunku do cech cielesnych. Opisywana przez wielu teoretyków somatyzacja tożsamości nie stanowi znaczącego zjawiska w badanych dyskursach. Różnice odnoszą się

do swoistości identyfikacji, jakie oba dyskursy wykorzystują do konstrukcji własnej podmiotowej tożsamości. W dyskursie *coolтуры nastolatka* silnie zaznacza się tożsamość osobowa, sfragmentaryzowana, pełna wątpliwości co do swojej pełnowartościowości. Dyskurs *hip-hopowy* odwołuje się do tożsamości grupowej (kolektywnej); ma charakter strukturalizowany i w tym sensie nie trapią go żadne wątpliwości (wyraźna dualizacja świata: my i oni, szczerłość intencji, postaw, idei kontra fałsz, zakłamanie, materializm). Dyskurs *hip-hopowy* ugruntowany jest także w dobrym samopoczuciu narratora. Do życiowego optymizmu „mimo wszystko” dyskurs ten nakłania swoich odbiorców. Apel do słuchacza wzywa do afirmacji siebie samego: *każdy ma iskrę, talent, nie przegraj, nie zmieniaj punktu widzenia, broń się, bij wrogów, weź się w garść, zbudź się, wstawaj, musimy się zmierzyć ze światem, nie rezygnuj z marzeń w obawie przed przegraną, nie szukaj winnych, ciesz się tym, co masz, dodaj swemu życiu trochę kolorytu, baw się*. Z pedagogicznego punktu widzenia dyskurs ten odgrywa ważną rolę wzmacniającą poczucie własnej wartości u nastolatków, aktywizuje ich potencjał, mobilizuje do działania. Jednocześnie jest on mocno kontrowersyjny, bo trudno przecież nie krytykować zachęty do *bicia wrogów*.

4. Bity, melanż oraz polowanie na facetów, czyli o współczesnym ideale autentyczności

Autentycznie żyje ten, kto jest prawdziwy w tym, co mówi i robi, kto żyje według swojej miary, nie poddaje się presjom zewnętrznym, odkrywa własne pragnienia oraz potrzeby i — nie ukrywając ich — dąży do ich zaspokojenia. Współczesny nastolatek — niezależnie, czy w dyskursie czasopism młodzieżowych, czy w hip-hopie — marzy o wolności, niezależności, własnej oryginalności. Wszystkie te pojęcia spotykają się w ideale autentyczności. I choć w dyskursie *coolтуры nastolatka* rzadko nazywane są po imieniu, nieco częściej występują w dyskursie *hip-hopowym*, to chęć bycia autentycznym dostrzec można w marzeniach nastolatków i podejmowanych przez nich praktykach, o których donoszą oba dyskursy. Także w sensie negatywnym mówi się nierzadko o autentyczności, kiedy nastolatki krytykują szkołę i rodziców, czyli instytucje, które mają własny projekt i plany wobec młodzieży, własne ideały, które ona kontestuje. **Szkoła** w dyskursie *coolтуры nastolatka* (zob. aneks) to miejsce *nudne*, w którym

co najwyżej przeżyć można jakiś *love* do nauczyciela, pokazać się rówieśnikom (*zrobić modne wrażenie*), miejsce, gdzie *strach*, *agresja* i *stres* są „chlebem powszednim”. Asocjacje w polu semantycznym pojęcia „szkoła” w dyskursie *hip-hopowym* to *strata czasu*, *małpa* od *biologii* i *sługi* (papierosy) *na przerwach*. Można odnieść jednoznaczne wrażenie, że szkoła nie sprzyja byciu sobą. Szkolne mury mogą ewentualnie od czasu do czasu zamieniać się w arenę mody, gdzie młodzież zaprezentuje swój oryginalny wizerunek. Rodzice to kolejna instytucja, która „koliduje” z ideałem autentyczności. Na autentyczność stać jednostki samodzielne, samozwrotne, tymczasem młodzi ludzie wciąż muszą liczyć się z opinią rodziców, ich przymusem, autorytetem, wydawanymi poleceniami domagającymi się posłuszeństwa. Szczeliną dla realizacji ideału autentyczności przez nastolatków jest postawa liberalna rodziców, czyli *de facto* nieinterweniująca postawa rodzicielska, „wychowawcza nieobecność” bądź model równości, izonomii w relacji dziecka z dorosłym, o której B. Śliwerski pisze, że w takiej „nieadultystycznej” relacji „nie trzeba wydawać poleceń, ale przekonywać w toku dialogu, nie ma potrzeby bazować na uwarunkowanej wiekiem władzy, ale solidarnie dochodzić do wspólnych ustaleń” (2007: 104). Łatwo dostrzec, że tego właśnie oczekują nastolatki od rodziców, kiedy uskarżają się na *nadopiekuńczość*, *nietolerancyjny* i *kontrolujący* stosunek do siebie.

Rodzice, czyli starzy, są *nadopiekuńczy*, *nietolerancyjni*, *kontrolujący*. Towarzy-szy im *alkohol*, *bycie na gigancie*, *klótnie*, *konflikt pokoleń*. Rodzice *szantażują* mnie, *nie dają mi kieszonkowego*, *nie pozwalają mi na wiele rzeczy*, *traktują mnie jak przedszkolaka*, *nie akceptują mojego wyglądu*, *nie lubią moich przyjaciół*, *czytają moje listy i maile*, *mama ciągle mnie kontroluje*, *nie pozwala mi golić nóg* (**dyskurs redakcji**): *nie chcą dla ciebie źle*, często *ostro przesadzają*, *ale ich intencje są dobre*, *kochają cię*. Dlatego *trzeba ich słuchać*, *bo odpowiadają za nas*, *znajdź sposób na rodzica* (*okazuj szacunek*, *pokaż, że mogą ci zaufać*).

Pole semantyczne pojęcia rodzic — zwłaszcza w dyskursie *coolturny* *nastolatka* — zawiera szczególnie duże zagęszczenie negatywnych określeń, asocjacji i działań podmiotu, gdyż funkcja osoby odpowiedzialnej za dziecko, wiedzącej lepiej, co dla niego jest lepsze, w większości przypadków wyklucza ideał autentyczności młodzieńczej. Można sobie wyobrazić sytuację, w której nastolatek autentycznie dokonuje wyboru życiowego zgodnego z oczekiwaniami rodziców. Przypadki takie należą jednak do rzadkości, skoro dyskurs *coolturny* *nastolatka* obfituje w przykłady postaw rodzicielskich frustrujących dążenia i chęć ekspresji młodych ludzi (*nie pozwalają mi na wiele rzeczy*, *nie akceptują mojego wyglądu*, *mama nie pozwala mi golić*

nóg). Wszystko wskazuje na to, że „dorośli postrzegają dzieci jako obiekty wychowawcze, przestają traktować je jak naturalną rzeczywistość, ale postrzegają ją w kategoriach niełatwych do pokonania trudności i zakłóceń. Myślą, planują i działają ponad głowami dzieci i są zdziwieni, że one stają się im coraz bardziej obce, że się zamykają lub reagują nieprzyjaźnie czy wrogo na ich metody, które przecież motywowane były miłością czy troską o dzieci” (Śliwerski, 2002: 724). W obronie instytucji rodzica staje dyskurs redakcji, która doszukuje się dobrych intencji w rodzicielskich decyzjach (*nie chcą dla ciebie źle, często ostro przesadzają, ale ich intencje są dobre, kochają cię*). Fakt ten pokazuje również, że dyskurs *coolturny nastolatka* ma charakter dualistyczny — obok dyskursu nastolatków, nierzadko o wykluczającej się treści, istnieje dyskurs dorosłych dziennikarzy (redaktorów czasopisma).

Jednakże tytuł podrozdziału zawiera pojęcia, które wskazują na pozytywne realizacje ideału autentyczności przez nastolatków. W dyskursie *hip-hopowym* ideał ten nazywany jest wprost. Wolność, szczerość, prawdomówność, swoboda to jego reminiscencje obecne w tekstach piosenek.

Autentyczność oznacza *robić swoje, spełniać swoje marzenia, zabawę, bycie panem samego siebie, spełniać się w tym, co się lubi, melanż, džampreza, „trawa, piwko i kobiety”, robić hip-hop, to, co się kocha, mieć zajawkę, bitem leczyć duszę, rymować, iść pod prąd, indywidualizm, joint*. To daje nieskończone możliwości.

To mało rozgałęzione pole semantyczne dostrzeżonego i skategoryzowanego w dyskursie *hip-hopowym* pojęcia autentyczności otwiera pole obserwacji pojęć szczegółowych, o bardziej rozbudowanych polach semantycznych. Tematyka muzyki hip-hopowej (*robić hip-hop*) oraz imprez (*melanż, džampreza*) zajmuje w dyskursie *hip-hopowym* ważne miejsce. Hip-hop to ekspresja, która pozwala wyrazić własne przekonania, impreza zaś to sposób na uzewnętrznienie pragnień. Istnieją piosenki, które w całości poświęcone są opisowi imprez, dają upust pierwotnym namiętnościom, oraz inne, których treść gloryfikuje liczne zalety nurtu muzycznego, jakim jest hip-hop.

Impreza, czyli *melanż, schadzka, laba, fiesta, party*. Towarzyszy jej *gouda* (wódka), *klub*, *bycie na bani*, *taniec*, *chłanie*, *granie*, *kurwy*, *odpał* (upicie się), *muzyka*, *whisky i grono bliskich*.

Ktoś, kogo męczy otaczająca szara, nudna i brutalna rzeczywistość — a taki jest obraz świata w dyskursie *hip-hopowym* — ten

staje przed pokusą ucieczki od takiej codzienności. Stan zamroczenia alkoholowego, silnych wrażeń związanych z testosteronem (*kurwy* w tym dyskursie to najczęstszy synonim dziewczyn — sic!), udanych relacji (*grono bliskich*) jest swoistego rodzaju eskapizmem. Impreza w dyskursie *hip-hopowym* staje się czasem i przestrzenią, w których realizuje się kolejny ideał tego dyskursu — intensywność życia. Najtrafniejszym wyrazem ideału życia, jaki przyświecać może treściom odrzucenia „szarego życia”, jest wezwanie XIX-wiecznego poety Ch. Baudelaire’a: „Trzeba być zawsze pijanym. Oto cała tajemnica i jedyny problem. Żeby nie czuć straszliwego ciężaru Czasu, co zgina nam ramiona i pochyla ku ziemi, bądźcie zawsze pijani. Lecz czym? Winem, poezją lub cnotą, wybór do was należy. Ale bądźcie pijani” (podaję za: Taylor, 2001: 805). Poszukiwanie silnych wrażeń jest również efektem kulturowych zachęt, które trafiają do młodych za pośrednictwem środków masowego komunikowania. „Pod wpływem przekazów medialnych młodzi ludzie są przekonani, że ich codziennym obowiązkiem jest nie tylko »natychmiastowa przyjemność«, ale także maksymalizacja wrażeń. Przekaz, który odbierają, głosi bowiem, iż nie powinni z »niczego« rezygnować, że powinni »wszystkiego spróbować«. Mają żyć tak, jakby każdy dzień był »dniem ostatnim« — »zawsze na topie«. Życie ma być niczym film sensacyjny. Młodzi ludzie nie chcą przy tym zadowolić się »zwykłymi tradycyjnymi przyjemnościami« (poranna kawa przy gazecie, spacer nad rzeką). Pragną nadzwyczajnych wydarzeń i ekstremalnych przeżyć” (Melosik, 2002b: 67).

Mniej wątpliwości natury moralnej budzi wyrażanie własnej niezgody na zastaną rzeczywistość przez tworzenie bitów — muzyki *hip-hopowej*, w której tekst, przesłanie pełni strategiczną funkcję wykrzyczenia własnego zdania.

Hip-hop, czyli rap, rymowanie, o życiu teksty, flow, to lek, pasja, antidotum, życiowe refleksje. To sprawia, że nigdy nie zginie, jest na pierwszym miejscu, jest sztuką, tkwi w nim siła, powstał z entuzjazmu, jest zbiorem prawd o życiu, „dla mnie rytm to jak dla zwierzęcia pasza”, „bez tych fal, drgań, dźwięku życie puste jak słoik”, oddałem mu serce. Dlatego dodaje sił, uczy, ratuje, reprezentuje mnie jak totem, daje emocje ludziom, płynie w moich żyłach.

Wszystkie relacje w polu semantycznym pojęcia *hip-hop* ukazują bliskość, zażyłość narratora z muzyką rap (*jest na pierwszym miejscu*). *Rymowanie o życiu* to aktywność prymarna. Nic tak nie *dodaje sił*, jak *flow*, *dźwięk*, który niesie w sobie przesłanie, *zbiór prawd o życiu*. Szkoła, wola rodziców, codzienne obowiązki to niechciane,

narzucane zadania. Tymczasem hip-hop *płylnie w moich żyłach*, powstał z *entuzjazmu*, stanowi *antidotum* na tę rzeczywistość. Nic tak nie jest wychwalane w omawianym dyskursie, jak hip-hop, czyli kulturowy splot muzyki z życiowymi refleksjami. Hip-hop jest narracją, która pomaga zinterpretować własne doświadczenia życiowe, wyrazić szczerze swoje marzenia, odreagować negatywne emocje, których nie brakuje w życiu codziennym. Dodatkowo pozwala odczuć sens życia — własną misję życiową. Dyskurs nowoczesny nie jest czystą grą dla gry, zabawą w słowa, sztuką dla sztuki. On musi czemuś służyć. Hip-hop ma przesłanie. Odgrywa ono niebagatelna rolę światopoglądową. Uzasadnia wysiłek tworzenia tekstów, jest — przynajmniej oficjalnie — podstawowym motywem „produkowania słów”. Prawdziwy hip-hopowiec boi się jak ognia zarzutu, że pieniądze stanowią główny motyw jego twórczości. **Pieniądze**, czyli *hajs*, *zera*, *melony*, *kapucha*, *banknoty*, *mamona*, *money*, *bejc*, *posag*, *flota*, *forsa*, *sos*, *kabona*, *pega*, *ściepa*, są niejako dodatkowym „błogosławieństwem” wynikającym z uprawiania hip-hopu. Podstawą hip-hopu jest wrażliwość na wielkie kwestie tego świata. Pieniądze w wielu tekstach — oprócz radości ich posiadania, jaką daje dobrze sprzedający się dyskurs *hip-hopowy*, czego raperzy nie ukrywają — stają się symbolem zła. One rządzą światem, nawet najtwardszych zawodników zmieniają w niewolników. Najważniejsze **przesłanie** obecne w tym dyskursie (patrz aneks 2) to *doceniać niewierzących w siebie*, *dodawać wiary we własne siły*, *uczyć innych*, *opisywać zło*, *dawać nadzieję małolatom*, *wpływać na innych*. Na narratorze ciąży świadomość, że *pokolenia rosną na naszym zdaniu*, dlatego warto *zasiać prawdę*, *a niejeden dzieciak na niej wyrośnie*.

Nieco inaczej przedstawia się realizacja ideału autentyczności w dyskursie *coolтуры nastolatka*. Różnice mają prawdopodobnie podłoże płciowe (wśród odbiorców tego dyskursu dominują dziewczyny). Kobiety — jak pokazuje dyskurs *coolтуры nastolatka* — inaczej wyrażają potrzebę szczerych zachowań, bycia sobą. Pole semantyczne pojęcia „impreza” wskazuje na przyjaźń (*babski wieczór*) i podrywanie facetów (*zapraszanie kolesi marzeń*) jako ekspresje własnych pragnień.

Impreza, czyli *melanż*, *impra*, *garden party*, *domówka* jest *wypas*, *wyrąbista*. Wiąże się z nią *zapraszanie kolesi marzeń*, *kielbasa z grilla*, *babski wieczór*, *mini-kanapeczki*, *owocowe drinki*, *kalambury*, *konkurs karaoke*.

E. Mandal zauważa, że „choć doświadczenia życiowe mężczyzn w społecznościach zachodnich potencjalnie pozwalają na pozostawa-

nie w takim samym stopniu jak kobiety związanymi z innymi ludźmi (np. bycie równie towarzyskim), to większość mężczyzn dąży do rozwijania *ja* niezależnego i odrębnego od innych. Podstawowym celem osób z *ja* niezależnym (głównie mężczyzn) jest zachowanie poczucia autonomii, a związki międzyludzkie są przez nich uważane za ważny kontekst, lecz nie do budowania bliskich związków, ale do demonstrowania swojej indywidualności i wyjątkowości” (M a n d a l, 2003: 52). Hip-hop i topienie frustracji w alkoholu — jako główna aktywność męska podczas imprezy — to wynik usilnego dążenia, i doznawanych przy tym porażek, do zaznaczenia swojego niepowtarzalnego miejsca w świecie oraz niezależności. Kobięce ekspresje w postaci dopieszczania przestrzeni, w której spotykają się przyjaciółki (*minikanapeczki*, *owocowe drinki*), oraz orientacja na znalezienie sobie chłopaka to wynik aspiracji budowania pozytywnych relacji z innymi oraz konsekwencja potrzeby współzależności. *Melanż* w *coolturze* *nastolatka* nie służy ucieczce od wrogiego świata w błogość stanów po intoksykacji, ale jest formą afirmacji siebie samego, roztaczaniem uroku osobistego, pomnażaniem dobrych relacji, poprawianiem jakości własnych więzi oraz okazją do zadzierzgnięcia nowych. Sproszenie koleżanek (pole semantyczne *przyjaźni*; zob. aneks), czyli *psiapsiół*, *qumpel*, na *ploty* i *jedzono* to podstawowy cel imprezy. Takie spotkania są jednocześnie okazją do zaproszenia *kolesia marzeń*, z którym można godnie zaprezentować się przed koleżankami. *Koles marzeń* to kategoria pojęciowa, która pojawiła się już w niniejszych analizach przy okazji terminów *miłość*, *seks*, „*twój pierwszy raz*” oraz *facet*. Stanowi to szczególnie obszar realizowania się ideału życiowego, jakim jest autentyczność.

Współczesne zjawisko przejmowania inicjatywy przez dziewczyny w kontaktach z chłopcami, które przejawia się podejmowaniem przez nie pierwszych kroków w procesie uwodzenia i „zdobywania” partnera, można odczytywać jako kolejny argument za odczuwaną dziś przez wszystkich — niezależnie od płci, statusu społeczno-ekonomicznego i wykształcenia — presją bycia autentycznym. Skoro dziewczynie „wpaść” może w oko jakiś chłopiec, to czemuż miałaby cierpliwie czekać na jego zainteresowanie jej osobą, skoro może ona — szczerze, w zgodzie ze swoimi najgłębszymi pragnieniami — pierwsza rozpocząć „grę” o zapoczątkowanie związku (zgodnie z regułami: zapraszam do kina, na coca-cole, do parku, pytam o zainteresowania, zachwygam się drugą osobą, pytam o kolejne spotkanie). Przejęcie inicjatywy przez dziewczyny wymaga odpowiedniej strategii postępowania wobec chłopaków, która staje się przedmiotem szczegółowych analiz w dyskursie *coolтуры* *nastolatka*. Każdemu atrakcyjnemu *face-*

towi w dyskursie *coolтуры nastolatka* towarzyszą żeńskie dylematy w rodzaju: *jak go zdobyć, jak do niego podbić*. Aby złapać fajnego faceta, należy go *zaobserwować, zagadnąć, zaimponować mu, kusić i czarować, wypytać o niego, być zawsze obok niego, zaproponować mu coś* (z pola semantycznego pojęcia *facet*; zob. aneks). Jest to swoista *gra, intryga, łowy*, które wymagają 1) *zajęcia pozycji*, 2) *na-gonki*, 3) *przejścia do ataku*, by ostatecznie *ustrzelić superkolesia* (pole semantyczne pojęcia *miłość*; zob. aneks). W imię autentyczności współczesna nastolatka nie zawaha się przed *odbiciem komuś part-nera*. Szczerość uczuć wydaje się ważniejsza niż względy lojalności. W dobie relacji współbieżnej, czystej relacji i ciągle renegocjowanego kształtu rzeczywistości nic nie jest stałe. *Anything goes* i *wszystko wyparowuje* — oto cechy konstytutywne doby ponowoczesnej.

W podrozdziale 3 termin *gwiazda(y)* był analizowany pod kątem takich relacji pojęcia, jak ekwiwalenty oraz określenia. Przyjrzenie się relacjom asocjacji, działań oraz „działań na” w polu semantycznym tego terminu uzmysławia, że przyczyn zachwytu nad życiem gwiazd oraz powodów poświęcenia wiele miejsca w dyskursie *coolтуры nastolatka* na komentowanie ich biografii doszukiwać można się we współczesnym ideale autentyczności. Otóż *gwiazdy* poszukują wciąż na nowo własnych form wyrazu. Takie osoby, jak Paris Hilton, Justin Timberlake, realizują się jako piosenkarze, aktorzy czy — jak w przypadku Mandaryny — tancerze jednocześnie. Być może takie rozczapierzanie się w wielu obszarach aktywności ma merkantylne podłoże, ale zachwyt młodej publiki przyciąga raczej szerokie spektrum możliwości ekspresji własnych zachcianek, jakie mają te osoby. Gwiazdy nie są skrepowane tradycyjnymi więzami konwencji, zobowiązań i oczekiwań społecznych. Swobodnie *wstępują ponownie w związek małżeński, rozwodzą się, zostają matką (ojcem), robią to, na co mają ochotę*. Mało tego, od gwiazd oczekuje się, że takie zachowania będą dla nich normą; normą, która hołduje naturalnej spontaniczności oraz kapryśności. Ponadto gwiazdy mogą pozwolić sobie na oryginalność, która według Ch. Taylora jest jednym z komponentów autentyczności⁴. Dlatego chętnie *wyznaczają nowe trendy, pokazują nowe oblicze, szokują*. Mają pieniądze, które — jak widać — sprzyjają zachowaniom autentycznym. *Celebrities* nie wstydzą się swej autentycznej postawy, *wierzą w siebie*. Dysponują wszelkimi możliwościami realizacji własnych pomysłów na siebie, toteż *kupują ciuchy*

⁴ Dla Ch. Taylora autentyczność oznacza: a) twórczość i konstruowanie, również odkrywanie, b) oryginalność i często c) sprzeciw wobec zasad społecznych, a nawet potencjalnie wobec tego, co uznajemy za moralność (Taylor, 2002: 67).

w Londynie, osiedlają się w Europie, fundują sobie biżuterię w obu sutkach, spędzają wakacje na Majorce. Gwiazdy zgłaszają również sprzeciw wobec zasad społecznych, co także — według Ch. Taylora — stanowi jeden z wymiarów ponowocześnie rozumianej autentyczności (*wkurzają ich durne zakazy, kłócą się z nauczycielem*). Możliwość realizacji autentycznego stylu życia jest w cenie. Może dlatego gwiazdy są *uwielbiane, rozchwytywane, a fanki oblegają ich domy*.

Gwiazdy, (asocjacje) towarzyszą im koncerty, festiwale, kino, moda, spotkania, nowe płyty, skandale, „wypadki”, show, plotki, tajemnice. To wszystko sprawia, że (działania) wstępują ponownie w związek małżeński, rozwodzą się, przygotowują się do trasy koncertowej, zachęcają do zdrowego trybu życia, uprawiają seks, robią coś pozytywnego, kręci ich muza, chcą być sławni, nie poddają się, atakują rynek, rymują o gorzkich sprawach, społecznych i politycznych problemach, nie są szczęśliwi (lub są), zostają matką (ojcem), muszą się wyszaleć, podbijają USA, wyznaczają nowe trendy, wyrabiają 200% normy, szokują, wpadają w depresję, pokazują nowe oblicze, dają czadu, wierzą w siebie, są na diecie, zakochują się, kupują ciuchy w Londynie, podpisują serię butów Nike, czytają książki, ostro balują, chodzą na terapię AA, cierpią na anoreksję, osiedlają się w Europie, wykańczają swój organizm głodówkami, chodzą do szkoły, wyhaczają statuetki, fundują sobie biżuterię w obu sutkach, starają się o dziecko, wkurzają ich durne zakazy, kłócą się z nauczycielem, mają kłopoty z dziewczynami, czekają cały rok na koniec szkoły i letnie imprezki, mieszkają na walizkach, noszą sexy biżuterię, spędzają wakacje na Majorce, robią to, na co mają ochotę, za występ inkasują 300 tys. dolarów. Dlatego są *uwielbiani, rozchwytywani, „zrobieni”* (wystylizowani przez koncerty), *fanki oblegają ich domy*.

Współczesny konsumpcjonizm stanowi przedmiot licznych analiz w literaturze socjologicznej i pedagogicznej. Oprócz stereotypu konsumenta jako wyborcy, odkrywcy, poszukiwacza tożsamości, hedonisty, ofiary, rebelianta można dostrzec w nim nadawcę komunikatu (Alldridge, 2006: 19—34). Konsumpcjonizm jest komunikowaniem znaczeń, własnej pozycji społecznej, a „obiekty materialne nie są jedynie użytecznymi przedmiotami, ale nośnikami znaczeń” (tamże, s. 20). Konsumpcja służyć może komunikacji symbolicznych znaczeń, które odczytują inni ludzie, ale również sam nadawca. Za pomocą dóbr materialnych można przekonywać siebie samego, że jest się autentycznym, autonomicznym, niezależnym i oryginalnym. I niekoniecznie musi to być od razu zakup domu wolno stojącego nad jeziorem czy samochodu terenowego. Zbégowane spodnie, mp3 na uszach czy stringi mogą stać się gadżetem utwierdzającym posiadacza w przekonaniu o własnym autentycznym stylu bycia. W gromadzeniu niezliczonych dóbr i ciągłej wymianie przedmiotów starych na nowe

dopatrzyć się można podsycanej przez rynek chęci wyrażenia siebie, własnej niepowtarzalności, oryginalności, indywidualności. Z. Bauman zauważa, że „odczuwana przez jednostkę potrzeba osobistej autonomii, samookreślenia się, życia autentycznego czy indywidualnej doskonałości zostaje przekształcona w potrzebę posiadania — i konsumowania — dóbr oferowanych przez rynek. [...] Indywidualna potrzeba autonomii i dobrego życia nie zostaje zaspokojona. [...] Rynek żywi się poczuciem braku szczęśliwości, który sam generuje: wyzwlane przezeń obawy, niepokoje i cierpienia związane z osobistą niedoskonałością wywołują sposoby zachowań konsumenckich koniecznych dla jego dalszego istnienia” (Bauman, 1998: 245—246). Świat masowej i nieograniczonej konsumpcji znajduje swój motor w presji autentyczności. Większość z wymienionych dalej dóbr, reklamowanych, gloryfikowanych i polecanych w dyskursie *coolтуры nastolatka*, służy jakiejś ekspresji: *własnej świeżości, energiczności, zmysłowości, skuteczności, wigoru*.

Coś, co warto mieć, czyli gadżet, bajer, to przedmiot nowy, skuteczny, samo zdrowie, wodoodporny, bezbłędny, duża dawka nowoczesnego stylu i wygody, zgrabny, odlotowy. To nic innego, jak *bielizna, komórka, perfumy, antytrądzikowe mleczko, pad komputerowy, odtwarzacz mp3, Alpinus, napój energetyczny, „Piotruś Pan i Wendy” Barriego, gra Eragon, ciuch firmy Cropp, kamera, 5 tys. do wydania w salonie ..., kolczyk w górnej wardze*. W sumie przedmioty te odbudowują włosy, dodają energii, przepelniają świeżością i zmysłowością, nawilżają, sprawiają, że będziesz zdrowszy, eliminują uczucie znużenia, poprawiają koncentrację.

Współczesny nastolatek chce iść z duchem czasu, więc kupuje nowe technologie (*odtwarzacz mp3, pad komputerowy*). Pragnie zdemontować swoją otwartość na świat i tolerancję, więc kupuje *kolczyk* i umieszcza go *w górnej wardze*. Chce być podziwiany, zauważany, „rozchwytywany”, zatem nabywa kosmetyki, które *odbudowują włosy, nawilżają*. W tym sensie nastolatek nie dąży do osiągnięcia obcych celów, nie kieruje się socjocentrycznymi motywacjami. Zaspokaja własne pragnienia. W tym jest autentyczny.

Ideał autentyczności przyjmuje różną postać w analizowanych dyskursach. Zaznacza się wyraźnie, gdy młodzież wyraża swoje pragnienia ciągłej zabawy (imprez, zadzierzganiania związków, które służą samym sobie, mają charakter czystej relacji), gdy przekracza konwenanse społecznie zdefiniowanych ról społecznych („wyzwolone” dziewczęta), mówi, co myśli, bez żadnych oporów (hip-hop), kupuje bezużyteczne przedmioty, które mają jednak symboliczne znaczenie, potwierdzające własną autonomię, oryginalność, nonkonformizm. Od-

rębna forma ekspresji własnej osobowości wynika z odmienności środowisk, które wytwarzają oraz do jakich adresowane są analizowane dyskursy. Subkulturowe, męskie środowisko (dyskurs *hip-hopowy*) inaczej akcentuje swoją niezależność i oryginalność niż środowisko postsubkulturowe, żeńskie (dyskurs *coolтуры nastolatka*).

Modele dekodowania oraz krytyczny odbiór kultury popularnej

1. Bloki czy slumsy — jaka jest prawda o światopoglądzie hip-hopowym?

Kolejnym ciekawym obszarem analizy dyskursów światopoglądowych jest sposób ich funkcjonowania w przestrzeni społecznej. W prezentowanej problematyce badawczej istotnym pytaniem pozostaje relacja funkcji nadanej tekstów kultury popularnej do funkcji pełnionej tekstu (znaczenia odbieranego). Analiza pierwszej z nich była treścią rozdziału IV, w którym zidentyfikowane zostały pola semantyczne najważniejszych pojęć światopoglądowych obecnych w dyskursie *cool-tury nastolatka* oraz *hip-hopowym*. Funkcja nadana, którą dość arbitralnie odczytuje „obiektywny” badacz — zgodnie z zasadami hermeneutyki — nie musi odpowiadać funkcji pełnionej przez tekst, a którą poznaje się przez analizę recepcji tekstu. Funkcja intencjonalna tekstu (zamyśl autora empirycznego) nie jest przedmiotem eksploracji w prezentowanej pracy, ponieważ wymagałoby to skonstruowania trzeciego narzędzia badawczego, sondującego zamyśl dziennikarzy oraz twórców muzyki hip-hopowej, a zatem znacznego rozszerzenia populacji badawczej, co niekoniecznie wzbogacałoby wiedzę na temat dyskursów światopoglądowych skierowanych do młodzieży. Zależność pomiędzy funkcją nadaną i pełnioną tekstu ukazuje analiza wywiadów swobodnych z młodzieżą deklarującą stały odbiór badanych tekstów, dyskursów.

Według W. Diltheya doświadczenie życia jest pierwszym z trzech fundamentalnych elementów światopoglądu. W dyskursie *hip-hopo-*

wym zidentyfikowałem następujące pojęcia, które odnosiły się do opisywanych momentów, wydarzeń, przedmiotów, ludzi i miejsc, do których narrator nieustannie powraca w spojrzeniu retrospektywnym: narkotyki, dziewczyna, hip-hop (rap), szkoła, emocje, przegrany człowiek.

Odpowiedzi na pierwsze dwa pytania zadane młodzieży podczas wywiadu swobodnego pokazały, że doświadczenia życiowe, wydarzenia, przeżycia, o których mówi dyskurs *hip-hopowy*, w opinii młodzieży to przede wszystkim: *negatywne przeżycia z przeszłości, przemoc, bieda oraz wyjście z niej dzięki muzyce*. W wywiadach pojawia się także temat *dziewczyn oraz narkotyków*. Na pytania: „O jakich wydarzeniach życiowych, przeżyciach, nastrojach mówią teksty hip-hopowe?” oraz „O jakiej przeszłości własnej mówią w swoich przekazach twórcy polskiego rapu?” podano m.in. następujące odpowiedzi:

No, że np. byli bici w młodości czy coś, w ogóle im się nie powodziło. Nie mieli pieniędzy. No, a później zaczęli śpiewać i się wybili po prostu, tak ja to rozumiem i zaczęli zarabiać. (W12)¹

Że jak byli młodzi, to że ciężko było w rodzinie, jak to się toczyło. Np. sąsiedzi bili dziecko, a on je spotykał na podwórku, rozmawiał z nim, a to dziecko było posiniaczone. (M9)

Najczęściej o jakiejś szkole, kradzieżach, zabijaniu, o takich rzeczach smutnych bardziej, nie? (M12)

Głównie to oni z biedy pochodzili. Że żyli w biedzie i teraz jest już inaczej. Mówią też o rodzinie, o życiu młodzieżowym, no o imprezach, o laskach. (W3)

[...] że kogoś stracili, np. rodzinę, o dziewczynach śpiewają swoich, żałują, że stracili dziewczynę. (W15)

Tak przeważnie o tym, jak sobie żyją tutaj w polskich slumsach. Oni opowiadają o tym, jak żyją, jak im się żyło w dzieciństwie i że się wybili w ogóle od tego, i że się im źle żyło. (W12)

Peja śpiewa: reprezentuję biedę, bo się z niej wywodził. Takie o życiu prawdziwym, jakie jest. (W15)

¹ Symbole W i M oznaczają numeracje wywiadów przeprowadzonych z gimnazjalistami ze wsi (W) oraz z gimnazjalistami z miasta (M). Cyfra wskazuje konkretny wywiad spośród 24, jakie przeprowadziłem w każdej z badanych grup (miejskiej i wiejskiej).

No, ogólnie to mówią o życiu w ogóle, o młodzieży. Też dużo o narkomanii, o jaraniu tam też mówią. (W3)

Pojęcia dające się wyprowadzić z przytoczonych wypowiedzi w zasadzie odpowiadają tym skategoryzowanym przez badacza (bloki występują w odbiorze pod postacią *slumsów*, emocje — pod postacią *przeżyć*). Można zatem powiedzieć, że znaczenie odbierane jest tutaj przybliżone do znaczenia wpisanego w teksty hip-hopowe. Nie identyczne, lecz zbliżone, ponieważ funkcja pełniona jest znacznie bardziej pesymistyczna i „szara” niż znaczenie tych tekstów samych w sobie. Młodzież jakby nie zauważyła, że spora część tekstów hip-hopowych poświęcona jest elementom afirmującym życie, m.in. samemu hip-hopowi — jego „lecniczym” właściwościom. To niebagatelny element światopoglądowy w tym dyskursie. Hip-hop jest wszak *na pierwszym miejscu*. Narrator w dyskursie *hip-hopowym* często podkreśla, że jest on dla niego jak powietrze, że *oddaje mu życie*; hip-hop płynie w *jego żyłach*. Gimnazjaliści, mówiąc o przeżyciach, o których traktuje dyskurs *hip-hopowy*, jakby nie dostrzegali doświadczeń pozytywnych, których relacjonowanie zajmuje też określone miejsce w dyskursie (*upojenie, przyjemność, szal radości, euforia, ukojenie, smak chwili, „uśmiech córki, kiedy wracam z trasy, to miłość, kobieta, której nie brak klasy, lato na osiedlach, grill [...] widok Warszawy nocą od strony Pragi*” (zob. pole semantyczne pojęcia *emocje* w aneksie). Smutny przekaz (przewaga negatywnych doświadczeń życiowych) dyskursu *hip-hopowego* jest zatem jeszcze ciemniejszy i żałośniejszy na poziomie odbioru. Dyskurs mówi o blokowisku, osiedlu — młodzież o slumsach. Być może takie selekcyjne „czytanie” treści wiąże się z etapem rozwojowym odbiorcy. Okres gimnazjalny to czas nasilonego krytycyzmu wobec otaczającego świata, wynikający z podsycanego „burzą hormonalną” kwestionowania wszystkiego, co nie jest absolutnie „święte” i „czyste”. To okres życia, który cechuje silne zapotrzebowanie na treści „obnażające” naturę świata; okres maksymalizmu moralnego, który może być niebezpieczny o tyle, „o ile otaczający nas świat daleki jest od doskonałości, zaś zmuszeni w nim żyć musimy lub powinniśmy go odrzucić, co stanowić może potencjalne źródło postaw nihilistycznych” (Wysocka, 2004: 450). Recepcja tekstów kultury popularnej przechodzi przez „filtr” emocjonalno-moralnej kondycji odbiorcy. Sprawdza się w tym miejscu teza Z. Melosika, że „tekst »wchłonięty« na poziomie życia codziennego może mieć zupełnie inny charakter i wymiar ideologiczny niż tekst »wysłany«. Młodzież jest w stanie nadawać własne znaczenia każdemu tekstowi. Mogą one być przy tym sprzeczne z intencjami

jego twórców” (1995a: 230—231). Nie występuje tu sprzeczność odczytywania, jednakże dekodowanie przez młodzież treści hip-hopu ma wyraźnie charakter negocjowany². Młodzież „poprawnie” identyfikuje obszary życia, o których mówi dyskurs *hip-hopowy*, używa jednak nieco odmiennej terminologii na ich oznaczenie oraz nie dostrzega pojęć o charakterze pozytywnym (*hip-hop*, *smak chwili* jako afirmacja życia)³. Tylko 3 osoby na 21 odbiorów dyskursu *hip-hopowego* dostrzegają znaczenie hip-hopu w doświadczeniu życiowym narratora oraz afirmację „zwyčajnego życia”. Przy czym dostrzeżenie pozytywnych stron życia obecnych w przekazie nie koreluje u tych osób ani z ich płcią (M8, M18 to chłopcy, M17 to dziewczyna), ani z pochodzeniem społecznym (w każdym przypadku odmienne wykształcenie ojca), ani też z miejscem zamieszkania, bo choć wszystkie 3 osoby są z miasta, to proporcja odpowiadających na pytania dotyczące dyskursu *hip-hopowego* jest 16 (miasto) do 5 (wieś), zatem „miejskość” tych wypowiedzi wynikać może z nadreprezentacji tej grupy. Na pytanie: „Peja śpiewa »To mój rap, to moja rzeczywistość, jakie życie taki rap, w nim zawarte jest wszystko«. O jakiej rzeczywistości śpiewają polscy hip-hopowcy?”, podano odpowiedzi:

O tym, że w kraju jest źle, rachunki, ceny idą w górę, a płace stoją albo idą w dół, że ciężko jest w ogóle, a że on w tym rapie odnajduje swą odskocznię, że odrywa się od rzeczywistości i się relaksuje przy muzyce. (M8)

Że ta muzyka to jest ich druga połowa, że lubią ją śpiewać, bo sprawia im więcej radości samo życie. (M17)

Hip-hipowcy to w sumie są chłopacy, którzy mieli problemy właśnie i dzięki hip-hopowi oderwali się od tych problemów. Hip-hop jest częścią ich życia. Bez tego hip-hopu nie mogliby normalnie funkcjonować, bo by na pewno upadli w jakieś kłopoty, tarapaty i hip-hop ich od tego odrywa. (M18)

Mówią, żeby żyć i się tym nie przejmować, co będzie następnego dnia, tylko żyć tak, jakby jutra miało nie być. Tak jakby każdy dzień miał być najlepszy w naszym życiu. (M18)

² Dekodowanie w układzie dominującym, opozycyjnym oraz negocjowanym opisywał S. Hall (podaje za: Melosik, 1995a: 225) oraz J. Storey (2003: 20).

³ Używając terminologii S. Halla, zdaję sobie sprawę, że jej twórca — wprowadzając klasyfikację sposobów dekodowania przekazu — miał na myśli relację intencji nadawcy do odczytania odbiorcy; niniejsze analizy dotyczą jednakże relacji funkcji nadanej tekstu do funkcji pełnionej, a zatem pomijam intencję nadawcy.

W kolejnych trzech pytaniach młodzież proszona była o ustosunkowanie się do takich tematów poruszanych w dyskursie *hip-hopowym*, jak *szkoła*, *dziewczyny*, *narkotyki*. Temat szkoły pojawia się w dyskursie *hip-hopowym* bardzo rzadko i jeśli już o niej mowa, to przeważnie w negatywnym kontekście (*strata czasu*, *strach*, *małpa od biologii*, *sługi na przerwach*). Tematyka szkoły jest tak konkretna i bliska doświadczenia codziennego gimnazjalisty, że dekoduje on ten przekaz w układzie dominującym (funkcja nadana pokrywa się z funkcją pełnioną tekstu):

Albo nie poruszają tego tematu, albo mówią, że w szkole im źle było. Że jest beznadziejna. (W12)

O szkole to ja nie słyszałam, żadnej takiej piosenki. (M2)

Przeważnie besztają szkołę. (M14)

Ogólnie zachęcają do nauki, żeby nie było już ludzi, którzy żyją w nędzy. (M19)

Również w przypadku fragmentów dyskursu mówiącego o narkotykach nie następuje żadna dekontekstualizacja i badani uczniowie poprawnie „wyłapują” ambiwalencję dyskursu *hip-hopowego* w jego ustosunkowaniu do środków psychoaktywnych. Narkotyki w analizowanym dyskursie mają bowiem dwa aspekty. Jeden wiąże się z używaniem miękkich narkotyków (*THC*, *dżoint*, *cannabis*, *marihuana*), co jest praktyką mającą milczące przyzwolenie. Czasem ich stosowanie usprawiedliwiane jest przez narratora wypowiedzi *hip-hopowej* złymi warunkami życia (narkotyki stają się *lekarstwem*, *dają ukojenie*). Drugi aspekt to jednoznaczne potępienie twardych narkotyków. Własne nawyki *gry w zielone* (palenie marihuany) traktowane są jako potencjalne zło (*złe nawyki*, *grunt grząski*). Kolejnym źródłem ambiwalencji jest — jak w przypadku ustosunkowania do dziewczyn w tym dyskursie — odmienność upodobań narratora *hip-hopowego*. Badani gimnazjaliści w swoich wypowiedziach oddają ową wieloznaczność dyskursu:

Tutaj pojawia się problem, no bo zależy. Np. ci artyści hip-hopowi, których znamy, to oni nie używają tych narkotyków, takich wciąganych albo w żyłę, za to ja wiem, że oni lubią palić marihuanę czy coś. A takich narkotyków to nie, bo od tego się można uzależnić. Oni mówią, że to jest złe. (W12)

Niektórzy wykonawcy są przeciwni. Tzn. nie mówią, że są przeciwni, ale po prostu w ich tekstach nikt nic nie mówi o tym. A niektórzy są, co chwala to sobie, że palą, że jest po tym fajnie. (W13)

O narkotykach to dużo, że są dobre, że jest niezły odlot po nich, że można się nieźle zabawić. (M2)

Żeby właśnie nie brać tych narkotyków, że narkotyk szkodzi zdrowiu, że może zabić. (M9)

To zależy, jakie narkotyki. O marihuanie pozytywnie, a w kanak, heroína, że to gówno, że mają tego nie brać. (M14)

Zależy, jaki wykonawca. Niektórzy mówią, że narkotyki odciągają od problemów. A niektórzy mówią, że lepiej żyć bez narkotyków, w normalnych rodzinach, bo mówią na swoim przykładzie, że jak oni zażywali narkotyki, to im to nie pomogło właśnie. (M18)

Nie mówią tam o nich nic złego ani nic dobrego. Tylko mówią, że je biorą albo coś takiego. (M21)

Dużo mówią. W sumie to jest pół na pół, niektórzy właśnie uczą, żeby tego nie robić, że nie warto i w ogóle, a niektórzy zaś tak odwrotnie to robią. (M22)

Na pewno nie stawiają ich w dobrym świetle, mi się wydaje, chociaż czasami są takie piosenki, że śpiewają o tym, że brali, ale to bardzo rzadko, chyba niektóre tylko. (M23)

Można w tym kontekście zapytać, jaki jest pedagogiczny wymiar dyskursu *hip-hopowego*. Czy jest on sprzymierzeńcem czy wrogiem dobrze rozumianego „dobra” młodych ludzi? Zachęca czy zniechęca do stosowania używek? Co myślą o tym sami młodzi ludzie? Na pytanie, czy teksty te zachęcają, czy też nie, do używania narkotyków, padły odpowiedzi:

Nie tyle zachęcają, tylko po prostu mówią o tym, że im się podoba to, a jak ktoś nie chce, to niech nie bierze. (W14)

Neutralne. Sami używają, ale nie zachęcają do tego. (M15)

Nie namawiają nikogo, chcą uprzedzić kogoś przed narkotykami, żeby nie brać. (M16)

Na pewno nie nakłaniają do brania narkotyków. (M18)

Trzeba wybrać, jaki sobie człowiek obierze cel na życie. No bo moim zdaniem nie powinno się brać narkotyków ani nic. Bo są dwa takie rodzaje hip-hopowców. Jedni są dobrzy, drudzy źli. No i moim zdaniem powinno się opierać na tych tekstach samych dobrych. (W12)

Wydaje się zatem, że dyskurs *hip-hopowy* może skłaniać do brania narkotyków te osoby, które są do nich pozytywnie ustosunkowane, przeciwników narkotyków zaś będzie utwierdzał w zawsze rozsądnej abstynencji.

Stosunek do dziewczyn w dyskursie *hip-hopowym* jest ambiwalentny, z wyraźną przewagą tekstów negatywnie epitetujących płęć piękną. Na poziomie odbioru nie zaznacza się już aż tak widoczna dominacja negatywnych opinii o dziewczynach, choć jest ich faktycznie więcej w ogólnej liczbie wszystkich wypowiedzi (pytanie brzmiało: „Co mówią teksty hip-hopowe o dziewczynach?”):

Najczęściej, że są dziwkami, coś takiego. (M15)

[...] mówią, że dziewczyny są dla zabawy, no i tyle. Opowiadają o tym, że zdobywają sobie dziewczyny po prostu albo płacą im. (W12)

No że wyrywają na jedną noc, że nie przyzwyczajają się do jednej. Że mają dużo ich wokół siebie. (W13)

Że są kurwami, że są potrzebne tylko do łóżka. (M2)

Ponieważ w przytłaczającej większości przypadków dyskurs *hip-hopowy* negatywnie wyraża się na temat dziewczyn, to przytoczone wypowiedzi mają charakter dekodowania w układzie zbliżonym do dominującego (element negocjowania polega tutaj na wykluczeniu tekstów, które o kobietach wyrażają się pozytywnie). W pełni dominującym układem odczytania będzie recepcja sprzeczności obecnych w dyskursie, a dotyczących kobiet. Dekodowały tak osoby zarówno z miasta, jak i ze wsi, częściej chłopcy niż dziewczyny (w tej grupie tylko M2). Ojcowie osób, których wypowiedzi zacytowałem, mają wykształcenie zawodowe.

Są jednak i takie odczytania, które w dyskursie *hip-hopowym* dostrzegają sympatii dla kobiet. Jest to wyraźne **dekodowanie w układzie negocjowanym**, gdyż teksty przychylne kobietom to niezmierna rzadkość w dyskursie *hip-hopowym*. Dalej podaję wypowiedzi osób pod względem charakterystyki społeczno-demograficznej

nieróżniących się niczym od tych, które dekodowały w układzie zbliżonym do dominującego (ich ojcowie również mają wykształcenie zawodowe, tu również znalazła się jedna dziewczyna, przy czym wszyscy są z miasta):

No, stawiają w dobrym świetle dziewczyny. Tak, dobrze opowiadają o dziewczynach. Stawiają je ponad wszystko. Dużo jest tekstów o kobietach. (M23)

Że fajne są, że bez nich trudno by było. Że fajnie jest mieć kogoś przy sobie, z kimś porozmawiać, spotkać się. (M8)

Że są fajne, że mają fajne charaktery, fajny mają ubiór. (M9)

Część młodzieży dostrzega sprzeczności w ustosunkowaniu się dyskursu *hip-hopowego* do tematu kobiet, a ich wypowiedzi są dekodowaniem w układzie dominującym w ścisłym tego słowa znaczeniu:

Że są takimi do wynajęcia, do towarzystwa. Chyba że śpiewa o tej, co go rzuciła, to dobrze o niej śpiewa. (W13)

Zależy, o jakich dziewczynach. Jak ktoś się zakochał w dziewczynie, to po prostu śpiewa o tym, żeby przypodobać się tej dziewczynie, albo żeby zdobyć szacunek od niej. Czasem niektóra się puści, a często tak się zdarza, to już ich nie chwala. (M14)

Pod względem cech społeczno-demograficznych osoby wyżej cytowane nie różnią się znacząco od osób dekodujących w negocjowanym i dominująco-negocjowanym układzie odniesienia. Jedyna odmienność to średnie wykształcenie ojca osoby M14. Grupy te nie różnią się jednakże na tyle wyraźnie, żeby można było wyciągać jakieś wnioski o korelacjach, np. o związku pomiędzy pochodzeniem społecznym a zdolnością do dostrzegania złożoności dyskursu, jego sprzeczności. Rodzaj dekodowania nie koreluje więc istotnie z żadną z analizowanych tutaj zmiennych i musi wynikać z innych uwarunkowań (np. kontaktu odbiorców z jedynie wycinkowym obszarem dyskursu, który całościowo jest bardzo zróżnicowany).

Oceniając zatem model dekodowania przez badaną młodzież treści dyskursu *hip-hopowego*, należy stwierdzić, że w zakresie konkretnych, wyraźnych desygnatów, o których mówi dyskurs (*narkotyki, szkoła, dziewczyny*), dekoduje ona w kategoriach tego samego układu odnie-

sienia lub wprowadza jedynie niewielkie modyfikacje do interpretacji przekazu (jak w przypadku *dziewczyn*). Pytana o wrogów, w których uderza dyskurs *hip-hopowy*, bez wahania wskazuje na policję, polityków i *hip-hopowców* — zgodnie z funkcją nadaną tekstu. Zapytana jednak o ogólne wrażania, opinie, przekonania na temat przekazu *hip-hopowego*, ujawnia pewne elementy „autorskiego” odczytania. Gdyby chcieć jednoznacznie określić specyfikę recepcji dyskursu *hip-hopowego*, to zidentyfikowany model dekodowania trzeba by nazwać dominująco-negocjującym. Model ten widać m.in. w odpowiedziach na pytanie: „Teksty hip-hopowe zachęcają odbiorców, aby dbali o szacunek własny. Kiedy — według przesłania hip-hopowego — zyskuje się szacunek otoczenia?”. Badani wskazali elementy ideału życia obecne w dyskursie, takie jak prawdomówność, lojalność, szczerość, niezależność (zob. aneks, pole semantyczne pojęcia *szacunek*). **Dekodowanie w układzie dominującym** widać w następujących wypowiedziach:

Zyskuje się szacunek po pierwsze przez dobry kawalek, że oni nie będą tam w piosence bajerować, że jest kolorowo, pięknie, tylko powiedzą prawdę, jak jest. (M3)

Nie być jakimś takim tam konfidentem, nie chodzić po policji. (M12)

Mi się wydaje, że oni często śpiewają, że nie wolno się dać innym ludziom, żeby nie słuchać, co mówią ci inni, żeby słuchać samego siebie, że właśnie wtedy ludzie będą mieli do ciebie szacunek, jeżeli ty nie będziesz od nich zależny, że będziesz sam decydował, co masz zrobić. (M23)

Kiedy za przyjaciółmi się wstawia, kiedy za rodziną się wstawia, czyli pomaga się różnym ludziom, którzy mają kłopot. (M18)

Dekodowali w ten sposób zarówno chłopcy (M3, M18), jak i dziewczyny (M12, M23), których ojcowie mieli wykształcenie wyższe (M18), średnie (M3) bądź zawodowe (M12, M23). Wszystkie osoby mieszkają w mieście. Jednak więcej wypowiedzi gimnazjalistów wskazuje na **dekodowanie w układzie negocjowanym**, bo zaiste trudno doszukać się w tym dyskursie — czego oczywiście całkowicie wykluczyć nie można, gdyż nurt muzyki hip-hopowej jest zbyt szeroki na jednoznaczne uogólnienia w zakresie jego przesłania światopoglądowego — takich ideałów, jak zdobywanie szacunku siłą mięśni, upodobnia-

się do środowiska hip-hopowego, nieodróżnianie się od hip-hopowców, kupowanie ich płyt, bycie sławnym⁴:

Głównie, kiedy się komuś spierze gębę. Albo kiedy się ma po prostu pieniądze. To wtedy się ma szacunek. (M8)

Jeśli już się jest ważnym, jeśli się mnie boją. (M13)

Trzeba być takim, jakim oni są. (W9)

Zależy, kto z kim przystaje. Bo jak jest zły, on, np. jak bierze narkotyki albo coś, to trzeba mu zaimponować, żeby brać narkotyki, żeby nas polubił, o jesteś ziom, bo sobie wzięłeś. A inny też lubi sobie posłuchać hip-hopu, ale nie biorą w ogóle narkotyków, no i też trzeba im zaimponować, że ktoś nam powie weź sobie tutaj, no to trzeba odmówić. Po prostu trzeba postępować tak jak oni, żeby im zaimponować. (W12)

Gdy zaimponuje się swoim rówieśnikom, skomponuje się jakąś muzykę, to jak ludziom się spodoba, to wszyscy zaczynają nabrać do niego respektu. Trzeba czymś zaistnieć. (M19)

Charakterystyka społeczno-demograficzna osób dekodujących w ten sposób kategorię *szacunku* nie różni się od charakterystyki grupy dekodującej *szacunek* w układzie dominującym — oprócz tego, że część osób dekodujących w układzie negocjowanym mieszka na wsi. Brakuje zatem zależności pomiędzy modelem dekodowania a którąś z analizowanych zmiennych. Ponieważ grupa z miasta jest silnie nadreprezentowana w grupie odbiorców słuchających hip-hopu, to zmienna miejsca zamieszkania nie może być wiarygodnie korelowana z modelem dekodowania.

Trudno zgodzić się z J. Fiske (podaje za: Melosik, 1995a: 225), który pisze, że na płaszczyźnie kultury popularnej rzadko występuje dominujący sposób dekodowania, co miałyby wynikać z faktu, że kultura popularna ma charakter intertekstualny oraz że pełna jest tkwiących w niej sprzeczności. Zatem dopiero kontekst odczytania decyduje — według tej koncepcji — o charakterze interpretacji. To prawda, że kultura popularna ma wymienione cechy, ale — jak pokazuje dyskurs *hip-hopowy* — nawet czytanie sprzecznego w sobie dyskursu może mieć charakter dekodowania w układzie odniesienia,

⁴ W analizowanej próbie tekstów ideały takie nie występowały wcale bądź miały charakter marginalny, dlatego nie ma ich w polu semantycznym pojęcia *szacunek* (zob. aneks).

w którym tekst został zakodowany (w układzie dominującym). Odczytanie może również wyrażać sprzeczności i oddawać sprzeczne znaczenia przekazu. Ci, którzy widzą w hip-hopie afirmację narkotyków, nie mylą się ze względu na istnienie tekstów, które do tego zachęcają. Ci, którzy w tekstach tych doszukują się ich potępienia, też czynić to mogą w układzie tekstów, które rzeczywiście narkotyki potępiają. Młodzież nie zarzuca na rzeczywistość aż tak zniekształcającej siatki pojęć własnych, żeby nie dostrzegać znaczeń rzeczywiście istniejących w tekstach.

2. Wiejskie i miejskie dekodowanie tekstów kultury popularnej

Część pytań z wywiadu swobodnego dotyczyła doświadczeń życiowych, o których pisze się na łamach czasopism (doświadczone przez młodzież trudności, kłopoty oraz sprawy poruszane na stronach działów, takich jak „Alicjo ratuj”, „Psychoporady”, „Wypowiedz się”, „Trudne pytania”). W tej płaszczyźnie analizowanego światopoglądu wyróżniłem następujące pojęcia, wokół których krążyły enuncjacje dyskursu *coolturny nastolatka: seks, problemy ze sobą samym, problemy z partnerem oraz problemy zdrowotne*. Badana młodzież odpowiadała, że czasopisma te mówią o: miłosnych problemach z chłopakami, dziewczynami (prawie wcale nie pojawiał się kontekst seksualny, nazywany przez nią *sprawami zboczonymi, stosunkami*), problemach ze sobą (związanych z własną cielesnością), zdrowotnych — tematy te pokryły się z wyróżnioną przeze mnie problematyką. Młodzież jednak nie mniej często uważała, że analizowane czasopisma mówią o problemach szkolnych, rodzinnych, o problemach związanych z przyjaciółmi lub — rzadziej — o takich kwestiach, jak samobójstwa lub narkotyki wśród młodych. Problemy z rodzicami zajmują rzeczywiście istotne miejsce w światopoglądzie wpisanym w przekaz czasopism młodzieżowych i zostały również w analizie skategoryzowane, tyle że w obszarze obrazu świata. Problem samobójstw i narkotyków jest incydentalny w tej prasie, ale i sama młodzież rzadko stwierdzała, że omawiane czasopisma są temu poświęcone. Mówiły o tym jedynie 4 osoby na 27 pytaných:

Np. czytałam kiedyś raport dziewczyny, która wypowiadała się na temat narkotyków, że brała. Druga, że paliła. Trzecia, że ma AIDS. W ogóle takie różne sprawy były poruszane. Jedna nawet mówiła, że umiera. (W10)

Poruszane są problemy narkotyków czy alkoholu. [...] Czytelnicy piszą, a czasopisma, redakcja odpowiada. [...] Próbuje doradzić czytelnikom. Np. jakaś dziewczyna czy chłopak próbowali popełnić samobójstwo i teraz odradzają różnym czytelnikom. Starają się pomóc. (W18)

Czasami też o tym, że ktoś próbował samobójstwo popełnić, ale jednak ktoś tam uratował. (M5)

Przeważnie rodzinnych, np. jeżeli rodzice biorą rozwód, albo o takich samobójstwach, o cięciu się. (M7)

Zdecydowanie jednak odmienne od wyróżnionych w analizie elementów doświadczenia życia są wypowiedzi badanej młodzieży na temat problemów szkolnych oraz brak w jej wypowiedziach — a skategoryzowanych przeze mnie — problemów z zakresu życia seksualnego. Podobnie zatem jak w przypadku dyskursu *hip-hopowego*, rodzaj ujawnionego dekodowania ma charakter dominująco-negocjacyjny.

Część analizowanych wywiadów wskazuje na odczytanie w układzie dominującym, ponieważ młodzież, zgodnie z funkcją nadaną tekstów czasopism (zob. aneks *problemy zdrowotne*), dostrzegła w nich wątek zdrowia, które jest fundamentalnym doświadczeniem w analizowanej prasie; doświadczeniem, które wynika z koncentracji młodych ludzi na somatycznych aspektach własnej tożsamości (medykacją problemów egzystencjalnych). Ciekawe, że znacznie częściej wskazuje na obecność tej problematyki w analizowanej prasie młodzież miejska niż wiejska:

Mówią o prywatnych sprawach, takich bardziej osobistych, natury fizycznej, że tam takie różne, tak samo psychiczne. (W1)

O problemach chorobowych. (W14)

Coś się dzieje ze zdrowiem, albo z urodą. Są tam porady różne. (M4)

Dziewczyny piszą listy i pytają się o różne sprawy. Czasami jest o skórze, że coś się robi. O takich higienicznych. (M5)

Jest czasem o jakichś tam problemach, że np. za gruba, czy też przyszcze ma. (M6)

Jakieś problemy mają z trądzikiem, albo z czymś takim. (M7)

Mimo że w mieście jedynie 8 osób na 24 odpowiadało na pytania dotyczące dyskursu *coolturny nastolatka* (zdecydowanie popularniejszy jest tam dyskurs *hip-hopowy*), na wsi zaś aż 19, to na problematykę zdrowia zwróciły tam uwagę 4 osoby, a więc połowa grupy, a na wsi jedynie 2. Ta znacząca dysproporcja może się wiązać z większą świadomością zdrowotną wśród obywateli miasta, a co zatem idzie — z wyraźniejszą tendencją do wyszukiwania informacji dotyczących zdrowia wśród młodzieży miejskiej. B. Woynarowska zauważa (2007: 71), że zachowania prozdrowotne częściej występują u osób z młodszych grup wiekowych, z wyższym poziomem wykształcenia i statusem społeczno-zawodowym, mieszkających w mieście właśnie i dobrze oceniających swoją sytuację materialną oraz stan zdrowia. Jednocześnie młodzież ta — dekodująca w układzie dominującym — nie jest jednolita pod względem pochodzenia społecznego i płci.

Młodzieżowe dekodowanie ma również cechy odczytywania w negocjowanym układzie odniesienia, gdyż tematyka relacji płciowych w przeanalizowanych tekstach oraz w interpretacjach odbiorców nie w pełni jest kompatybilna. Wypowiedzi badanych krążą wokół triady: zakochanie — problem zainicjowania relacji — porzucenie (np. w wyniku zdrady). W tekstach tymczasem dominują problemy związane z trwaniem związku i z tym, co temu towarzyszy, czyli problemami natury seksualnej, kwestiami wstrzemięźliwości i współżycia. Możliwe, że młodzież dekoduje w układzie dominującym, ale wstydziła się poruszać te kwestie w rozmowie z badaczem. Widoczne jest bowiem bardzo ogólne zasygnalizowanie tematyki seksualnej. Na pytanie „Jakie sprawy poruszają czytelnicy „Popcornu”, „Brava” itp. na stronach zatytułowanych „Alicjo ratuj”, „Psychoporady”, „Wypowiedz się” czy „Trudne pytania”?”, część młodzieży odpowiadała:

Takie bardzo zboczone. (W4)

Np. że dziewczyna rzuciła [...] o seksie takie pytania są. (W23)

Na pewno o miłości, jak się ktoś z kimś poznał, takie rady, żeby związek przetrwał dalej, [...] no ogólnie tam o okresach, kiedy stosunki mieli ostatnio, to głównie jest poruszane. (W24)

Problemy z chłopakiem mają, rodzice, czy dziewczyna. Jakies tam sprawy intymne. (M10)

Ja tam wiem, że to są takie sprawy kobiece, czyli są takie pytania, wiele dziewczyn zadaje różne takie pytania dotyczące ich ciała i ... różnych takich, albo np. zachowań związanych z chłopakami i takiego typu to są rzeczy. (M1)

Pozostałe odpowiedzi dotyczą wspomnianej triady: zakochanie — zainicjowanie związku — porzucenie:

Że właśnie tam dojrzewają, że znajdują te pierwsze miłości i przeważnie wszystko o tym jest. (W8)

Np. dziewczyna kocha się w jakimś chłopaku, no i teraz nie wie, jak ma do niego podejść. (M11)

To głównie o chłopakach, jak przyciągnąć ich uwagę. (W20)

[...] że chłopak ją zdradza. Takie różne, typowo miłosne sprawy. (W5)

[...] że chłopak rozstaje się z dziewczyną, co dziewczyna ma zrobić. (M4)

Najczęściej chyba o stracie chłopaka, albo że się w kimś tam zakochała, albo coś. (M5)

Takie o miłości jakiejs. Jakies takie sprawy, że rzucił chłopak, albo dziewczyna chłopaka. (M24)

Zastanawiające, że nikt z badanych nie wskazał na żaden konkretny problem spośród wielu, które trapią młodzież i które są poruszane na łamach czasopism (zob. asocjacje pojęć *problemy z partnerem, seks* w aneksie), czyli na *antykoncepcję, petting, masturbację, kwestię żywotności plemników, strachu przed pierwszym razem, błony dziewiczej, gotowości na współżycie, zapłodnienia* podczas niepenetracyjnych form współżycia itd. Przypuszczalnie większość tych kwestii stanowi temat tabu, dlatego to, o czym mówi młodzież, różni się istotnie od tego, co daje się wyczytać z tekstów czasopism.

Wyraźnie negocjujący charakter ma również wyszczególnienie przez badaną młodzież problemów szkolnych, o których w analizowanej prasie wzmiankuje się niezmiernie rzadko — młodzież mówi o nich częściej, niżby można się tego spodziewać po lekturze czasopism. Być może kontekst rozmowy — przeprowadzanej na terenie szkoły — powoduje, że problemy te nagle zyskują na znaczeniu, choć nie są istotnym doświadczeniem w światopoglądzie wpisanym w czasopisma:

Np. że dręczą je koleżanki, np. o nauczycielach, że się uwzięli. (W14)

Najczęściej jakieś związane ze szkołą, jakieś problemy, z którymi sobie nie radzą. (W16)

Problemy ze szkołą, ze stresem. (W17)

Problemy w szkole, z ocenami, z kolegami, że zdarzają się tam pobicia, kradzieże. Opisywane jest, jak sobie radzić wtedy, do kogo się zwrócić o pomoc. (W18)

O szkole, opisują jakieś przedmioty, czego nie lubią, co lubią, co się dzieje w szkole, poruszają tematy, jak jest młodzież traktowana w szkołach. (W24)

O szkolnej problematyce — jak pokazują wypowiedzi — mówi jedynie młodzież wiejska, co może stanowić pewną przesłankę tezy stwierdzającej większą skłonność tej młodzieży do dekodowania w układzie negocjowanym — niezgodnym w pełni z faktycznym znaczeniem wpisanym w tekst (funkcją nadaną). Młodzież miejska zdecydowanie częściej mówiła o problemach zdrowia, o których tak często traktuje dyskurs *coolтуры nastolatka*, ujawniając predyspozycję do dekodowania w układzie dominującym. Nie ma natomiast żadnej korelacji ze zmienną płci czy pochodzenia społecznego — grupa zwracająca uwagę na problematykę szkolną w dyskursie *coolтуры nastolatka* składała się z chłopców i dziewcząt, a ich pochodzenie społeczne było bardzo różnorodne (ich ojcowie reprezentują pełen wachlarz rodzajów wykształcenia).

Jeśli przyjrzeć się dekodowaniu treści z zakresu ideału życia, tj. przeanalizować odpowiedzi na pytanie: „O czym marzy młodzież (czego jej brakuje), która wypowiada się na stronach czasopism młodzieżowych, takich jak „Bravo”, „Bravo Girl”, „Popcorn” czy „Dziewczyna?””, to okazuje się, że ta płaszczyzna światopoglądu wpisanego w dyskurs dekodowana jest jednoznacznie w układzie negocjowanym. Jedynie *miłość* jest kategorią z obszaru ideału życia wyróżnioną w dyskursie *coolтуры nastolatka* przeze mnie i jednocześnie przez odbierającą ów dyskurs młodzież. Jest też podobnie interpretowana:

Wydaje mi się, że szczęścia, miłości i z drugiej strony te nastolatki to one chciałyby mieć chłopaka. Najwięcej, że nie wiedzą, jak zrobić, żeby chłopak zwrócił na nich uwagę. (W2)

Najczęściej im brakuje miłości albo przyjaźni. Najczęściej im chodzi właśnie o tą miłość, że tam się dziewczyna w kimś kocha, ale on na nią uwagi nie zwraca. (W5)

No chyba większość chciałaby znaleźć miłość swojego życia, jakiegoś tam chłopaka, dziewczynę. (W17)

Najczęściej, jak czytając, to tej młodzieży brakuje jakiejś drugiej osoby, z którą może porozmawiać, przyjaciela, chłopaka, dziewczyny. Tak mi się wydaje. Bo tam zawsze jakieś problemy są, miłosne. (M1)

Pozostałe pojęcia skategoryzowane w warstwie światopoglądowej, jaką jest ideał życia, to: *odpowiednie ciało, twój pierwszy raz i coś, co warto mieć, nosić, czytać, obejrzeć*. Tymczasem według badanych marzenia ujawniane w analizowanych czasopismach dotyczą *sławy, swoobody oraz zrozumienia rodzicielskiego*. Analizując badaną próbkę prasy, dostrzegłem wskazane przez młodzież marzenia, ale nie poddałem ich kategoryzacji, gdyż były one absolutnie drugoplanowe wobec tych, które znalazły się w aneksie. Jest to dobry moment, by podkreślić, że **osoba badacza również dekoduje analizowane treści w określony, skontekstualizowany sposób**. I choć musi istnieć założenie o „obiektywnym” charakterze tego dekodowania (w układzie dominującym), miało ono bowiem przecież systematyczny, metodyczny, mimo że nieilościowy, charakter, to oczekiwanie, że **istnieje tekst sam w sobie oraz preferowane odczytanie**, pozostaje jednak tylko założeniem. Zawsze okazać się może, że badacz również dekodował w układzie negocjowanym, więc jego odczytanie w naturalny sposób różnić się będzie od tego, którego dokonali badani przez niego odbiorcy. Optymizmu naukowego dostarcza mi obserwacja, iż w wielu momentach prezentowanych analiz moje dekodowanie podobne było do dekodowań badanych, co potwierdza formułowane tu przekonanie, iż dekodowanie dyskursów kultury popularnej ma charakter przeważnie odczytań w tym samym układzie odniesienia, bo przecież kontekst dekodowania był z pewnością różny w przypadku społecznie, ekonomicznie i rozwojowo odrębnej pozycji społecznej gimnazjalisty oraz mnie jako badacza uniwersyteckiego.

Na *sławę* jako marzenie (ideał życia) nastolatków nieco częściej wskazywała młodzież ze wsi niż z miasta, tak jakby przepuszczała treści kulturowe przez „filtr” własnego uwarunkowania społecznego, a zatem miała większą skłonność do negocjowania odbieranych treści:

Najwięcej osób pragnie, żeby być sławną gwiazdą czy coś w tym stylu. Jedni marzą o tym, żeby karierę zawodową osiągnąć, ale to rzadziej. Reszta to marzy, żeby spotkać swojego idola itd. (W1)

Najczęściej, jeśli są to młode dziewczyny, to żeby zostać jakimś tam modelkami, gwiazdami, żeby być bogatym. (W16)

Najczęściej to tak myślą o karierze, żeby jakąś aktorką, piosenkarzem być. Tego im właśnie brakuje. Tej popularności. (W20)

O sławie, o jakimś fajnym chłopaku. (M5)

Młodzieżową potrzebę bycia rozumianym przez rodziców i społeczeństwo dostrzegła w analizowanych treściach jedynie młodzież ze wsi:

Głównie takiego zrozumienia rodziców, zaakceptowania przez społeczeństwo, przez kolegów, miłości, ale tak najbardziej to tego zrozumienia. Żeby byli akceptowani w społeczeństwie. (W11)

Zrozumienia, miłości, jakiegoś zainteresowania ze strony rodziców, ze strony rówieśników, czasem też stabilizacji. Tak naprawdę ta młodzież jest zagubiona, sama nie wie, czego chce, czego pragnie, co by chciała w życiu robić. (W10)

Potrzebę swobody jako upragnionego dobra dostrzegło więcej młodzieży z miasta. Miasto — w przeciwieństwie do wsi, będącej wymierającym i archaicznym przyczółkiem społeczeństwa tradycyjnego — jest przestrzenią tryumfującej i silnie kolonizującej świadomości ludzką kulturą indywidualizmu, atomizacji, niezależności i autonomii. Stąd być może większa wrażliwość młodzieży z miasta na kwestie swobody:

Swobody, wolności może. Oni chcieliby być tacy niezależni. (W7)

Chyba więcej jakiś swobód. (M6)

Moim zdaniem o swobodzie, takiej większej. Np. od rodziców większej swobodzie, od nauczycieli. (M7)

Mi się wydaje, że brakuje im wolności od rodziców, tylko jak rodzice dadzą wolność, to dzieci z czasem będą jej potrzebować coraz więcej. (M24)

Czy istnieje zatem jakiś model recepcji wytworów kultury popularnej (dominujący, opozycyjny, negocjujący) w zależności od miejsca zamieszkania? Czy funkcja pełniona (znaczenie odbierane) tekstów kultury popularnej jest identyczna z funkcją nadaną (intencją tekstu)? Wszystko zależy od swoistości myśli, idei, przekonań zawartych w tekstach kultury popularnej. W zależności od tej specyfiki młodzież ze wsi i z miasta uruchamiać będzie (recepcja w układzie nego-

cującym i opozycyjnym), bądź nie (recepca w układzie dominującym), określone „filtry” interpretacyjne, które zdecydują o kompatybilności funkcji nadanej i funkcji pełnionej przez teksty kultury popularnej. Młodzież z miasta, „otwarta” na problematykę zdrowia, będzie dekodować w układzie dominującym treści *coolтуры nastolatka* przesycane troską o sprawność i dobrą kondycję ciała. Uwrażliwiona na kwestie wolności, przypisywać może jednak zbyt duże znaczenie tym fragmentom czasopism młodzieżowych, które mówią o prawach do swobody, a zatem dekodowanie będzie miało już charakter negocjowany. Podobnie młodzież ze wsi będzie uprzywilejowywać w dyskursie *coolтуры nastolatka* fragmenty dotyczące marzeń o sławie — być może pod wpływem większej presji na wyrwanie się z nudnej, niedocenianej rzeczywistości deprecjonowanej wsi. Pewne treści — np. dotyczące miłości — będą przyciągały równie wielką uwagę młodzieży zarówno ze wsi, jak i miasta — zgodnie z ważnością problemu, któremu w dyskursie *coolтуры nastolatka* poświęca się rzeczywiście bardzo dużo miejsca. Występują zatem różnice w dekodowaniu tych samych treści ze względu na zamieszkiwanie na wsi bądź w mieście. Nie ma wszakże jednego modelu dekodowania treści kultury popularnej uwarunkowanego miejscem zamieszkania. Jest natomiast model dominująco-negocjowany, jaki daje się dostrzec w recepcji kultury popularnej przez młodzież.

3. Aktywna rola młodzieży w recepcji tekstów kultury popularnej

Zdecydowana większość badań nad prasą młodzieżową ukazuje ich niski poziom (banalność tematyki) i demoralizujący wpływ (zacieranie granicy między dobrem i złem) (Nowakowski, 2004). Nie mniej krytycznie opiniuje się treści hip-hopu (Jędrzejewski, 2002). Nie wdając się w kontrargumentację wobec tych wniosków badawczych — które w świetle prezentowanych tutaj wyników wydają się zbyt jednostronne — należy zauważyć, że w omawianych analizach wytworów kultury popularnej potwierdza się *implicite* założenie o biernej postawie młodzieży wobec odbieranych treści. Młodzież jawi się w nich jako bezbronny podmiot manipulowany i indoktrynowany przez przekaz; przekaz, który pomija jej konstruktywne zainteresowania. Jaki jest rzeczywisty wpływ analizowanej prasy i treści muzycznych na światopogląd i prawidłowy rozwój młodzieży, tego wzmiankowane publikacje nie stwierdzają i problematyka ta wyma-

ga odrębnych badań. Prezentowane w niniejszej pracy wnioski dotyczą zaś recepcji w zakresie popkultury i pozwalają odpowiedzieć na pytanie o rzeczywisty poziom krytycznego odbioru i aktywnej roli młodzieży jako odbiorców.

A. Przecławska postawę „aktywnego odbioru” definiuje jako recepcję opartą na refleksji płynącej z systemu wartości młodego człowieka (podają za: Kossowski, Świerczyńska-Jelonk, 2007). Z analizy odpowiedzi na pytanie dotyczące odbioru dyskursu *hip-hopowego* — brzmiące: „Czy warto wcielać w życie — realizować — to wszystko, do czego zachęcają teksty hip-hopowe?” — wyłania się obraz aktywnego w recepcji odbiorcy. Dalej podają typologię rodzajów odbioru przez filtr własnych wartości, zidentyfikowaną u badanych gimnazjalistów, wraz z egzemplifikacją w postaci ich wypowiedzi:

Krytyczny odbiór o charakterze negacji

Nie za bardzo. Można się wciągnąć w narkotyki, złe towarzystwo. Można mieć kłopoty przez takie rzeczy. (M15)

Nie wszystkie są dobre. Można potem zejść na psy przez to. (M21)

Krytyczny odbiór o charakterze afirmacji

Moim zdaniem warto ich słuchać, bo dają dużo do myślenia. Oni nam podpowiadają, co robić, jak z problemami żyć, z problemami rodzinnymi. (W9)

Niektórych tak. Niektóre są bardzo sensowne. Na przykład, żeby się pozbierać, jak masz doła albo coś, żeby nie stać w miejscu, żeby nie robić przerwy w życiu. Można by tak cytować długo. (W13)

Warto. Np. jak ktoś chce nagrać płytę, to oni w jakiś sposób mu pomagają, motywują go do tego. (M14)

No, np. żeby mówić to, co się myśli. Pokazać siebie w pewien sposób. (M22)

Krytyczny odbiór o charakterze selektywnym

No, też trzeba wybrać, jaki sobie człowiek obierze cel na życie. No bo moim zdaniem nie powinno się brać narkotyków ani nic. Bo są dwa takie rodzaje [hip-hopowców — M.B.]. Jedni

są dobrzy, drudzy źli. No i moim zdaniem powinno się opierać na tych tekstach samych dobrych. (W12)

Czasami tak, czasami nie. Bo np. czasami zachęcają do dobrych rzeczy, a czasami do złych. Tak jak z narkotykami, no to zachęcają, żeby nie brać tego. (W15)

No, myślę, że nie, bo trzeba troszeczkę podejść do tego z rezerwą, że nie zawsze, co inni mówią, trzeba to robić. Trzeba najpierw kierować się własnym rozsądkiem i ocenić, czy to jest dobre czy złe i dopiero potem wprowadzać to w życie. (M3)

Nie warto [słuchać — M.B.] takich, co mówią, żeby gnębić policję. Bo to są normalni ludzie, którzy mają taką pracę, bez nich też by było gorzej. Inne warto słuchać, żeby nie być kimś, nazwijmy to samolubem, żeby nie patrzeć tylko na siebie, tylko starać się także pomóc innym. (M8)

No, też jest zróżnicowana odpowiedź. Raz tak, raz nie. Wydaje mi się, że te bójki. Ja to jestem dziewczyna, to w tym nie uczestniczę. Natomiast kolegów, których znam i słuchają takich rzeczy, to oni sami nieraz ..., no tu jest życie. Tak tutaj akurat w tej dzielnicy, dużo osób jest stąd i dużo osób tak się tu zachowuje i tutaj wiecznie są jakieś bójki. No, ale te teksty o tej rodzinie [teksty gloryfikujące życie rodzinne — M.B.], wracając ciągle do tego, to jest dobre mi się wydaje, bo to trafia do nas. My tego słuchamy ciągle, każdy ma swoją mp3, zawsze słucha i to jest fajne. (M12)

No, na pewno nie wszystkie, ale większość tak. Warto słuchać, jak powinno się postępować w życiu, może oni też najlepiej nie wiedzą, ale jakoś nam podpowiadają, dają wskazówki, na przykład żeby nie brać narkotyków, żeby nie wpłatywać się w takie różne sprawy dziwne. [A czego nie warto wcielać w życie? — M.B.] Na pewno napady, jakieś tam czarne interesy. (M16)

Wszystko nie. Trzeba po prostu zrozumieć, czy to jest dobre czy złe. Np. tak jak mówią o dziewczynach. Na przykład jeden tekst mówi, że poszli na dyskotekę i wyrwali 6 dziewczyn. To nie warto. (M17)

Na pewno nie wszystko. Bo niektórzy raperzy śpiewają tak tylko, żeby zaistnieć dla pieniędzy, ale większość, znaczy się nie większość, ale ci raperzy najstawniejsi, którzy już mówią, że

nie śpiewają dla pieniędzy, to oni na pewno mają cel w tym, żeby nam pomóc i warto tego słuchać. (M18)

Niektórych tak, niektórych nie. Bo są takie teksty, w których często namawiają np. do narkotyków [...] śpiewają, kto nie bierze, ten jest cienki. Z pozytywnych [które warto realizować w życiu — M.B.], żeby starać się w życiu coś osiągnąć. (M20)

Nie zawsze. Nie wszystko. Mnie się wydaje, że należy tylko niektóre rzeczy brać pod uwagę, ale tak nie całkiem, żeby tak się kierować tymi tekstami w życiu. Bo trzeba pamiętać, że to jest tylko piosenka, żeby nie za bardzo się angażować w te teksty. (M23)

Niekrytyczny odbiór

Czasami, bo niektóre teksty są nie do zrealizowania, bo np. ktoś nie ma jakiegoś talentu i tego nie da się zrobić. [A ich przesłanie warto realizować w życiu, czy nie? — M.B.] Warto. Według mnie warto. (M19)

Nie. [choć — M.B.] niektórych to mobilizuje do tego, żeby być lepszym, do zmiany. Ale to zależy od osoby, bo np. ja kiedyś byłam taka niewinna dziewczynka, a teraz właśnie przez te piosenki się zrobiłam niegrzeczna. Dla mnie warto słuchać, bo bardziej się zrobiłam odważna dzięki tym tekstom. A niektórzy, jak słuchają, to wpadają w złe towarzystwo i lądują w poprawczaku. Ja zmieniłam się na lepsze, umiem odpyskować i w ogóle. (M13)

Poziom oporu w odbiorze treści, które zachęcają do określonych zachowań w dyskursie kultury *hip-hopowej*, jest wysoki, jak wskazują przytoczone wypowiedzi. Jedynie wypowiedzi dwóch osób (M19, M13) uznać można za pozbawione elementu krytyki. Niezależnie od miejsca zamieszkania (wieś, miasto), płci i pochodzenia społecznego młodzież ustosunkowywała się krytycznie do przekazu *hip-hopowego*, czyli w sposób „oparty na analizie, badaniu cech przedmiotu, dokonujący analizy i oceny jakiegoś zjawiska, dzieła [...]” (S o b o l, 2002). Warto zauważyć, że zdecydowana większość osób nie odbierała przekazu w sposób jednoznaczny, ale dostrzegała tkwiące w nim sprzeczności i potrafiła samodzielnie dowartościować jego elementy konstruktywne (afirmacja życia rodzinnego, sprzeciw wobec *gnębienia* policji i samolubstwa) oraz potępić nieetyczne, jej zdaniem, zachęty (do brania narkotyków, bójek, *wyrywania* dziewczyn). Tym samym

okazała zdolność do selektywnego, a zatem aktywnego odbioru. Krytyczny odbiór o charakterze afirmacji jest również dowodem na aktywny odbiór treści, gdyż wskazaniu szczegółowych elementów przekazu towarzyszy podanie uzasadnienia, argumentacji objaśniającej działanie i funkcję tego przekazu (*warto ich słuchać, bo dają dużo do myślenia, podpowiadają, co robić, jak z problemami żyć, są bardzo sensowne, jak masz doła albo coś, żeby nie stać w miejscu, żeby nie robić przerwy w życiu*).

Częstym zarzutem wobec dyskursu *coolтуры nastolatka* jest oskarżenie o epatowanie młodego odbiorcy wizją bogactwa, ekscentrycznego życia, rozwiązłości seksualnej gwiazd; jednym słowem — rozbudzanie apetytu na niezwykłe i niemoralne życie. Analiza odpowiedzi na pytanie: „Czy świat jest rzeczywiście taki, jak go opisują piosenkarze, aktorzy?”, udzielonych przez gimnazjalistów, pozwala stwierdzić, że młodzież — podobnie jak w przypadku dyskursu *hip-hopowego* — dekoduje treści kultury popularnej w sposób krytyczny. Nieco częściej czyni tak młodzież ze wsi niż z miasta. Nikt z młodzieży wiejskiej nie zgodził się w pełni, bez zastrzeżeń, z twierdzeniem, że świat jest taki, jakim opisują go gwiazdy. Tymczasem młodzież z miasta — mimo iż dwukrotnie mniej osób wypowiadało się na ten temat, bo wśród 24 osób znalazło się jedynie 8 odbiorców tego dyskursu — w dwóch przypadkach (M4, M10) zgodziła się z opisem świata, jaki dają gwiazdy, jedna zaś osoba nie była pewna swojego stanowiska (*chyba nie zawsze* — M6). Zbędne wydaje się prezentowanie wszystkich wypowiedzi z wywiadów, ponieważ panowała tutaj wyjątkowa jednomyślność co do podkreślanej przez badaną młodzież odmienności tzw. *Lebensweltu* gwiazd. Życie aktorów i muzyków jest według badanych na tyle niezwykle i odmienne od ich życia, że opisy świata czynione przez gwiazdy odbierane są przez badaną młodzież z dużym dystansem. Oto głosy krytyczne, jak i trzy wspomniane wypowiedzi niekrytyczne (na końcu):

Nie do końca. Z jednej strony jest szczerzy, bo wiadomo, że mają pieniądze i mogą żyć w luksusie, ale z drugiej strony czasem przedstawiane są nie fakty, tylko takie, żeby czytelnika wziąć i wkręcić w coś. [...] to jest dla mnie takie bardziej pod publikę [...] niż prawdziwe życie. (W1)

Mi się wydaje, że nie. Jest zupełnie inny. Oni mają inną bajkę. Mają dużo pieniędzy. (W8)

To zależy, od jakiej strony się patrzy. No bo na pewno, jeśli ktoś tam opisuje, że był na zakupach, [...] to kupić, tyle wydał.

To rzeczywiście to jest prawda. Bo np. piosenkarz zarabia parę milionów na rok, no to może sobie pozwolić na nowy dom w Malibu czy coś. A wiadomo, jeśli ktoś pisze o jakiś plotkach, że np. ktoś wykradł z komputera Paris Hilton jakieś zdjęcia albo jakieś czaty, to wiadomo, że nieraz to tylko kłamią. (W10)

Głównie mówią o sobie i chcą się tam jakoś zareklamować. Mówią nieprawdę czasami, żeby tylko jakoś było tak bardziej fajnie. Żeby ludzie sobie o nich myśleli jak najlepiej. (W11)

Oni żyją w innym świecie, bo wiadomo, nimi rządzą pieniądze, kariera, sława, a my jesteśmy zwykłymi, prostymi ludźmi. I wiadomo, nie mamy takich samych problemów, mamy takie błahe problemy. (W17)

Nie. Jest całkowicie odwrotnie, bo oni mają tak dużo kasy, inaczej to wszystko widzą. A w takim normalnym świecie jest inaczej. (W20)

Spotkałem się z takim, że aktor bardzo chwalił swoją żonę, a po krótkim czasie, miesiąc chyba po tym wydaniu się rozeszli. (W24)

Mi się wydaje, że ich świat to jest inny niż nasz, bo oni mają pieniądze, mają samochody, dziewczyny. Oni mają całkiem inaczej niż my, bo my się musimy uczyć, chodzić do pracy, a im się nieraz udaje, że np. nie muszą skończyć szkoły, a im się uda i zaczynają śpiewać [...] gazety trochę naciągają to, jak jest naprawdę, albo nieraz gwiazdy mówią trochę inaczej, żeby się tak bardziej ujawnić w tych gazetach. (M1)

Oni mają inaczej. My chodzimy do szkoły, oni nie. (M5)

Nie. Ponieważ oni mają dużo pieniędzy i wszystko według nich można kupić, a tak nie jest. (M11)

Myślę, że tak. Chociaż czasami na pewno nie mówią wszystkiego, bo nie chcą też mówić o swoim prywatnym życiu, że unikają takich tematów. (M4)

Chyba nie zawsze. (M6)

Tak, tak jest. Zazwyczaj pokazują życie, jak dzisiaj wygląda. (M10)

Młodzież ma świadomość, że gwiazdy i redakcje czasopism często — jak to nazywa — w coś ją *wkręcają* (oszukują). Gwiazdy są wystylizowane przez fachowców od wizerunku i zależy im na rozgłosie. Stąd informacje o nich bywają spreparowane. Badani zdają sobie sprawę z tego, że żyją w odmiennych warunkach, gdzie brak pieniędzy i obowiązek chodzenia do szkoły sprawiają, że ich cele życiowe są zupełnie odmienne od tych, które wyznaczają sobie gwiazdy. Być może większy kontrast życia na wsi w porównaniu z blichtrzem życia sław jest przyczyną tego, że młodzież wiejska nieco krytyczniej ocenia wizję świata przedstawianego przez gwiazdy niż młodzież z miasta.

Na pytanie: „Co myślisz o trwałości związków miłosnych, małżeństw na podstawie tego, co piszą gwiazdy? Czy w rzeczywistości jest podobnie?“, młodzież formułowała sądy w sposób równie krytyczny, jak w zanalizowanym przypadku „prawd życiowych” wyznawanych przez gwiazdy. Nie jest czymś trudnym zauważyć efemeryczność relacji intymnych w życiu gwiazd. Pytanie: „Czy w rzeczywistości jest podobnie?” dotyczy jednak najbliższego otoczenia, wiedzy o trwałości małżeństw i związków miłosnych, jaką dysponuje badana młodzież. Odpowiedź na to pytanie nie jest oczywista nawet dla socjologa analizującego zmiany obyczajowe w społeczeństwie polskim, ponieważ z jednej strony wierność małżeńska w życiu „zwykłych śmiertelników” jest faktem — zwłaszcza w warunkach tradycyjnie katolickiej Polski — ale z drugiej strony obserwuje się także u nas podobny do zachodnioeuropejskiego trend, mianowicie że rozpad małżeństwa do trzech lat po jego zawarciu dotyka ponad połowy związków. Zatem drugi człon pytania wymagał od młodzieży dużej refleksyjności i stanowił prawdziwy barometr istnienia bądź nie w ich głowach zdolności do krytycznej analizy prasy w kontekście własnych doświadczeń; prasy, która w kwestii związków zajmuje dość jednoznaczne stanowisko na rzecz ich nietrwałości i okazjonalności. Mimo przekazu dyskursu *coolтуры nastolatka*, dla którego związki międzyludzkie mają — głównie za sprawą opisu życia gwiazd — niemalże zawsze charakter krótkotrwały, młodzież formułowała na ten temat zupełnie odmienne sądy:

Całkowicie inaczej. Bez przerwy jedna się żeni, inna się rozwodzi. Nie tak jak u nas. Oni mają więcej rozwodów niż w takim życiu normalnym. (W4)

Te małżeństwa to są jakieś takie pod publikę. Nie tak jak w życiu, normalnie. (W7)

No, wie pan, ja mam do tego dystans. [...] Bo jeśli ktoś chce robić ze swojego życia jakieś show, pośmiewisko, to ożeni się

z jakimś człowiekiem, po czym stwierdzi, że to nie było to, albo dla pieniędzy ożeni się z tamtym. [Czy w rzeczywistości jest podobnie? — M.B.] Trochę tak. (W10)

Oni zawierają głównie takie związki na pokaz, żeby większy rozgłos mieć, że na przykład kariera im wygasa, to wtedy zawrą związek z kimś tam, kto jest akurat teraz na topie i oni też automatycznie będą modni itd. [Czy w rzeczywistości jest podobnie? — M.B.] No, raczej nie. Raczej tutaj, w tym otoczeniu, jak my tutaj żyjemy, jeżeli ktoś już chce zawrzeć jakiś związek, to już jest taka decyzja poważna i taka bardziej pomyślana, rozważna. (W11)

Są krótkie. [Czy w rzeczywistości jest podobnie? — M.B.] Raczej chyba nie. (W14)

Gwiazdy najczęściej, z tego co się słyszy, to jest dużo rozwodów, rozstania, małżeństwa trwają krótko, w rzeczywistości zdarza się to rzadziej. (W16)

No wiadomo, że gwiazdy jakoś tak żyją szybciej. Szybciej się zwiążą, rozwodzą. Może w życiu codziennym tak nie jest. (W19)

Tam są bardzo często rozwody, właśnie schodzą się gwiazdy, rozchodzą, a u nas nie ma czegoś takiego. U nas jest taka raczej trwałość w związkach. (W17)

Nie. Właściwie jest odwrotnie. Gwiazdy, wiadomo, znajdują sobie wybranków, bo są popularni i zawsze mogą kogoś znaleźć. Zawsze mogą zmienić tego partnera jakoś łatwiej, niż zwykli ludzie. (W18)

To tak jakby skakali z kwiatka na kwiatek. Tak, co trochę, to każdy z kimś innym. [Czy w rzeczywistości jest podobnie? — M.B.] Nie. (W20)

Myszę, że nie, bo często jest tak, że ktoś jest z kimś, a na drugi dzień już piszą, że nie są razem, albo że w ogóle nie byli, więc ciężko wywnioskować, czy naprawdę są ze sobą, czy nie. (M4)

Moim zdaniem, to nie. Co 5 sekund inny chłopak, albo co chwilę śluby. Według mnie tak nie jest. Bo ktoś, jeśli się raz zakocha i porządnie, to tak już przez całe życie. (M5)

Gwiazdy są przede wszystkim inne, tak mi się wydaje przynajmniej. U nich to jest tak łatwo. Z jednym zrywają, z następnym są znowu. Chyba nie bardzo tak jak oni. (M6)

Tam się zawsze rozwodzą i w ogóle, a w tym, co ja jestem, środowisku, to jakoś normalnie się żyje. (M11)

Mi się wydaje, że w rzeczywistości nie jest podobnie, bo gwiazdy mają poczucie wartości i jak zwiążą się w jakiś związek, to po jakimś czasie im się to nudzi i twierdzą, że mogą mieć kogoś lepszego, bo mają bardzo duże poczucie wartości i co chwilę zmieniają. (M24)

Poza jednym przypadkiem (W10) młodzież — niezależnie od miejsca zamieszkania, wykształcenia i płci — w równym stopniu dekonspirowała informacje o małżeństwach i związkach gwiazd, stwierdzając, że są one tworzone *na pokaz, pod publikę* bądź że są wynikiem przesłakiwania *z kwiatka na kwiatek* i jako takie są czymś *nienormalnym* w środowisku, *gdzie ja jestem*. Młodzież rzadko doszukiwała się innych przyczyn takiego stanu rzeczy niż stylizowane show: rozwód w wyniku wysokiego poczucia własnej wartości, nudy, chęci bycia na topie. Zawsze jednak wprowadzała opozycję „tam” i „tu”. „Tu” oznacza *życie normalne, codzienność, rzeczywistość*. Zasady rządzące owym „tu” to albo zawieranie związków dożgonnych (*jeśli się raz zakocha i porządnie, to tak już przez całe życie, u nas jest taka raczej trwałość w związkach*), albo związków o znacznie mniejszym prawdopodobieństwie rozpadu niż w świecie gwiazd (*u nas może raczej tak nie jest* — stwierdza część młodzieży na temat licznych rozwodów, o których donoszą czasopisma).

W związku z pytaniem: „Po lekturze tych czasopism, jak myślisz, w jakim wieku młodzi ludzie podejmują inicjację seksualną (rozpooczynają współżycie)? A Ty, osobiście, co myślisz o wieku inicjacji seksualnej?”, badani dokonali negatywnej oceny zbyt młodego wieku, w jakim „młodzież z czasopism” podejmuje po raz pierwszy akt seksualny. Natychmiast po tym wyrażali własną opinię o pożądanym wieku, kiedy do tego dojść powinno, mimo iż nie byli o to pytani. Pytani przecież o faktyczny wiek, w jakim w ich opinii młodzież podejmuje współżycie, odpowiadali w sposób normatywny, nie mogąc się powstrzymać od dodania, kiedy — ich zdaniem — powinno się zapoczątkować współżycie seksualne:

Głupota. Za młody wiek. (W4)

To jest głupie, bo ktoś napisze, że w wieku 12 lat. To jest niemożliwe. Według mnie to w wieku 18 lat, tak pozytywnie. (W5)

No właśnie z tych listów wynika, tak przed osiemnastym rokiem życia. Ja uważam, że to jest za wcześnie. Tak 17, 16 lat

to jest za wcześnie. Tak właśnie dziewczyny zazwyczaj piszą. [A jak jest według ciebie? — M.B.] No, nie wiem, chyba tak około 20 lat, w każdym bądź razie po 18. roku życia. Na pewno. (W17)

Były też osoby, które zgadzały się z danymi, jakie na temat inicjacji podaje prasa młodzieżowa — danymi, które nie są jednoznaczne, ponieważ w toku analizy treści daje się zauważyć, że prasa stanowi forum wypowiedzi zarówno 15-latków, jak i 18-latków na temat pierwszych doświadczeń ze współżyciem. Interesujące wydaje się jednak z punktu widzenia analizy zjawiska krytycznego odbioru wśród młodzieży to, jaki jest **poziom jej refleksji nad tymi danymi, czy wchodzi ona z nimi w dialog, wartościuje je, odrzuca, potwierdza, podając konkretną argumentację, czy też przyjmuje przekaz jako „objawiony”, krótko kwitując, że właśnie tak jest, jak pisze prasa.** Kolejne wypowiedzi mają charakter niekrytycznego odbioru:

Jeśli czytam czasopisma, to odnoszę wrażenie, że około 17 lat mają. Co ja myślę? Myślę, że tak jest. (W7)

16—17 lat. [Ty myślisz, że w rzeczywistości jest tak samo? — M.B.] No, na pewno. (W8)

Niektórzy piszą, że już w naszym wieku, a niektórzy, że dopiero później. [Czy według ciebie w rzeczywistości jest podobnie, czy jest inaczej?] Tak jest. (M11)

Brak krytycyzmu koreluje jedynie z płcią. Wszystkie te osoby to dziewczęta. Nie koreluje z wykształceniem ojca (ojcowie W7, W8 mieli wykształcenie zawodowe, ojciec M11 — wyższe) ani z miejscem zamieszkania. Ze zmienną płci nie należy jednak wiązać jakiejs zdolności do krytycznego odbioru, bo jak pokazują kolejne analizowane wypowiedzi — najbardziej krytyczne wobec przekazu *coolturny nastolatka* — wśród 5-osobowej grupy znalazł się, na zasadzie odwrotnej, tylko jeden chłopiec.

Pewną refleksję, samozwrotność, która stanowi o krytycznym odbiorze, widać najpełniej w następujących przykładach:

Z tego, co wiem, to jest coraz wcześniej. 15, 16 lat. [A jak jest według ciebie? — M.B.] No, wiadomo, że też mam parę przyjaciółek i rozmawiamy na różne tematy i z tego, co wiem, to zdarzają się 16-, 17-latki, ale tak już praktycznie [to jest to —

M.B.] 18, 19 lat. [Czy zatem to jest tak, jak pisze się w czasopiśmie? — M.B.] Wiadomo, że to zależy od jednostki. Na pewno czytając jakiś artykuł, dziewczyna, nie wiem, te na przykład porady jak się zabezpieczać albo coś, to, jeżeli dziewczyna ma 17 lat, czyta coś takiego i ma wątpliwości, to przeczyta artykuł, poleci do apteki, kupi sobie środki jakieś i zacznie to współżycie. Najlepiej jest porozmawiać na te sprawy z mamą na przykład. (W10)

Dziewczyny mogą nawet od 13 lat, 16 to już taki wysoki pułap, co już prawie każdy miał z tym do czynienia. [Co ty osobiście myślisz o wieku inicjacji? — M.B.] Zależy dla kogo. Wiadomo, że kobiety są bardziej dojrzałe. A chłopcy zawsze chcieli tego. To jest gdzieś takie u nas w naturze. I zawsze namawiają dziewczyny i dziewczyny się zazwyczaj godzą. [I kiedy młodzież według ciebie rozpoczyna współżycie? — M.B.] Od 16 do 18 lat. (W24)

Czytając właśnie, to tak dziewczyny już w wieku 15, 16 lat, tak samo chłopcy. Co prawda dla mnie jest to dziwne, bo ja mam już 16 lat, a dla mnie to jeszcze jest..., ale czytając to tak jest. [A ty osobiście co myślisz, jak jest? — M.B.] Dla mnie to jest trochę za wcześnie. Dziewczyny potem nie wiedzą, co zrobić. Niechciane ciąży to też jest dla mnie takie trochę... Bo jednak jak ktoś jest dorosły, no to ma większe jakby rozeznanie, co może zrobić, a jak ktoś jest taki młody, to potem ani szkoły nie może skończyć, ani... [Jaki jest wiek inicjacji według ciebie? — M.B.] To zależy. Dziewczyny się dzielą na dwie różne... Jedne dziewczyny są właśnie takie bardzo do przodu. A jedne takie, które jeszcze spokojnie mają na to wszystko jeszcze czas. Nie jest tak, że wszystkie dziewczyny w tym wieku, czy jakoś tak. (M1)

Jak się czyta? Bardzo wcześnie. Tam dużo osób pisze, że ma 15 lat, a już chce stracić dziewictwo, jakaś dziewczyna. Według mnie zbyt szybko. [Co ty myślisz osobiście o wieku inicjacji? — M.B.] Mnie się zdaje, że 15 lat jest zbyt szybko — trzeba dorosnąć do tego. [A w rzeczywistości, jak jest? — M.B.] Różnie, każdy inaczej. Niektóre dziewczyny wiadomo, ale niektóre nie. Mnie się wydaje, że niektóre potrafią pomyśleć trochę, zanim coś zrobią. (M5)

Po tych czasopiśmie? Mniej więcej od 16 w górę. [A jak jest według ciebie? — M.B.] Za wcześnie. [Jak jest w rzeczywisto-

ści? — M.B.] *Nie wiem. Nie zawsze szczerze ludzie piszą. Myśle, że może trochę później zaczynają. Poza tym może chcą się tym pochwalić.* (M10)

Te wypowiedzi cechuje samozwrotność podmiotu, którą A. Giddens definiuje jako sytuację, w której relacje społeczne lub elementy świata naturalnego — można by dodać: recepcja treści kultury popularnej — są refleksyjnie organizowane w kategoriach kryteriów wewnętrznych (2001: 317). Cytowane osoby, które bardzo refleksyjnie ustosunkowały się do problematyki — mimo ponawianej prośby o podanie konkretnego wieku, w jakim ich zdaniem ludzie młodzi przechodzą inicjację — w większości nie konkretyzowały odpowiedzi. Dzielili młodych na tych, którzy z różnych względów przechodzą inicjację wcześniej (*jedne dziewczyny są właśnie takie bardzo do przodu*), i na tych, którzy decydują się na to znacznie później (*niektóre potrafią pomyśleć trochę, zanim coś zrobią*). Dla wszystkich sugerowany przez prasę wiek był za wczesny z racji niedojrzałości (*niechciane ciąży ... potem ani szkoły nie może skończyć*). Jeśli już niektórzy podawali wiek, w jakim dochodzi tak naprawdę do współżycia, to okazywał się on — co ciekawe — zgodny ze średnią arytmetyczną, którą wymienia się w badaniach prowadzonych na ten temat⁵. Jeśli chodzi o korelację krytycznego odbioru, jaki daje się zaobserwować u cytowanych, z analizowanymi zmiennymi, to nie występuje zależność z wykształceniem ojca tych osób (W10 i M10 to dziewczęta, których ojcowie mają wykształcenie wyższe; W24, M1, M5 to dzieci ojców z wykształceniem podstawowym). Krytyczny odbiór nie jest też charakterystyczny jedynie dla określonego środowiska życia (np. bardziej dla wsi niż miasta). Odnotować można, że wśród 5 krytycznych osób znalazł się tylko jeden chłopak (W24) — zmienna płci nie wydaje się jednak bardzo istotna, gdyż wypowiedzi „niekrytyczne” pochodziły wyłącznie od dziewcząt. Zauważyć również należy, że o ile osoba W10 przy poprzednio analizowanym pytaniu okazała się mało krytyczna, o tyle przy tym pytaniu przejawiała wysoką refleksyjność. Jest to ważne spostrzeżenie, które wskazuje na zjawisko zróżnicowanego uwarunkowania postawy krytycznego odbioru. Posiadanie różnych doświadczeń życiowych, większy bądź mniejszy rozdźwięk pomiędzy wartościami uznawanymi a odczuwanymi powodować mogą, że ta sama osoba raz będzie krytyczna w recepcji, innym zaś razem przyjmie dane stwierdzenie bez żadnego sprzeciwu i bez refleksji.

⁵ Średni wiek inicjacji seksualnej w 2001 roku wyniósł 19,12 lat dla Polek i 18,32 dla Polaków (podaje za: Izdebski, Ostrowska, 2004: 20).

Czasem młodzież zgadzała się z danymi podawanymi przez czasopisma, nie formułując żadnej dodatkowej refleksji. Jednocześnie „włączał się” w jej głowie od razu imperetyw moralny, który rozstrzygał o odmiennym od podawanego w czasopismach i od tego, jaki jest w rzeczywistości, prawidłowym — jej zdaniem — wieku inicjacji. Taką formułę recepcji można zaliczyć do form dekodowania krytycznego:

No, w tych tam różnych listach, to wychodzi, że tak 14, 15 lat. No, ja myślę, że to powinno być jakieś 18, 19 lat. [A jak jest? — M.B.] Zdarza się różnie. (W11)

W wielu od 16 do 18 lat. [Co ty osobiście myślisz o wieku inicjacji?] Osobiście myślę, że to jest za wcześnie. [A jak jest? — M.B.] To jest smutna prawda, ale raczej częściej w młodszym wieku zaczynają. [Czyli czasopisma piszą prawdę w tym zakresie? — M.B.] Tak. (W18)

To, co ja czytałam, to nawet od 15 lat już zaczynają. [A twoim zdaniem jak jest? — M.B.] Moim zdaniem powinno to być 19, 20 lat. Bo to jest moim zdaniem za młody wiek. [A jak jest? — M.B.] Różnie. Ja czytałam ostatnio, że 15 lat dziewczyna zaszła w ciążę. (W22)

No to z tego, co czytam, to tak 16 lat. [A co ty osobiście myślisz, jak jest? — M.B.] Moim zdaniem powinno być trochę później, ale znam też takie osoby, które już w wieku 15 lat przeżyły swój pierwszy raz. [Czyli jak jest w rzeczywistości? — M.B.] Podobnie jak w czasopismach. (M4)

16, 18 lat w czasopismach. [A jak jest w rzeczywistości według ciebie?] Też, młodzież jest coraz bardziej na dnie. Często się zdarza i w 12. roku życia. (M24)

16—18 lat. [A ty co myślisz o wieku inicjacji? — M.B.] Za wcześnie. Tak minimum 18 powinno się mieć skończone. [Jak jest w rzeczywistości? — M.B.] Tak jak w czasopismach właśnie, tak 16—18 lat. (M6)

Czytając odpowiedź W22, można odnieść dodatkowo wrażenie, że o tym, „jak jest”, mówią czasopisma. Teoria hiperrzeczywistości J. Baudrillarda (2005) znajduje tutaj swój dowód. Na pytanie „jak jest” dziewczyna odpowiada, że *czytała* ostatnio itd. Moralna bezkompromisowość w takich wypowiedziach nie koreluje z wykształceniem ojca (znalazły się tu wypowiedzi osób, których ojcowie

mieli wyższe, średnie i podstawowe wykształcenie) ani z płcią (tylko jedna wypowiedź męska, ale też w próbie 48 badanych gimnazjalistów na temat dyskursu *coolturny nastolatka* zabrało głos tylko 5 chłopców, więc trudno tutaj o jakiegóż zależności orzekać).

Jeśli młodzi ludzie nie zgadzają się z informacjami na temat wieku rozpoczęcia współżycia podawanymi przez innych na łamach prasy i nie przytaczają żadnej argumentacji, dlaczego tak sądzą, to jest to również jakaś forma krytycznego odbioru, ale krytycyzm ten ma charakter bezrefleksyjnego oporu i jako taki nie wydaje się pożądaną skłonnością, którą należałoby wzmacniać w procesach wychowania:

Wydaż mi się, że przed ukończeniem 18 lat. Z tego, co czytam najczęściej. [A jak jest w rzeczywistości? — M.B.] To różnie. Ale na pewno nie przed 18. rokiem życia. To znaczy, to nie ma niby nic do rzeczy, no ale ... tak mi się wydaje. (W16)

Nie wiem, myślę, że jakoś tak wcześnie. Przynajmniej tak, jak tam piszą wszyscy. Niektórzy piszą, że w wieku 13 lat, to jest taka typowa głupota. No na pewno przed 18-tką. [A co ty myślisz, jak jest w rzeczywistości? — M.B.] Myślę, że dla większości jest to 16 lat. Tak mi się wydaje osobiście, ale nie wiem. (W19)

Wcześnie dosyć. Tak 15. [A ty co myślisz osobiście? — M.B.] Na pewno nie 15. Przed 18 tak jakoś. (W20)

Bezrefleksyjny opór przejawiają dziewczyny ze wsi, których ojciec ma wykształcenie średnie (W16) bądź zawodowe (W19, W20). Już wcześniej, przy okazji analizy tematu wolności wyszła na jaw mniejsza wrażliwość młodzieży ze wsi na kwestie swobody, co można by tłumaczyć powolnym zanikiem struktury społeczeństwa tradycyjnego; społeczeństwa, w którym wspólnota, uniwersalne wartości, jasna granica między złem a dobrem, zaufanie do dziedziczonego od starszego pokolenia konsensusu światopoglądowego sprawiają, że jego członkowie odczuwają mniejszą potrzebę niezależności, ale i uzasadniania własnych przekonań. Ktoś silnie przekonany do własnych wartości najczęściej nie odczuwa potrzeby refleksji nad nimi, wchodzenia w polemikę z oponentami — stąd być może większa skłonność osób ze wsi do bezrefleksyjnego oporu, charakterystycznego dla postawy pewnego dogmatyzmu.

Jak wynika z analizy odpowiedzi na pytanie dotyczące inicjacji seksualnej, młodzież cechuje krytyczny odbiór. Poklasyfikowanie ich na kilka grup pokazuje jednak, że krytyczny odbiór ma wiele pozio-

mów — od bezrefleksyjnego oporu po dojrzałe roztrząsanie poruszonej kwestii ze względu na samozwrotne kryteria oceny danego stanu rzeczy. Jedynie o 3 z 27 odpowiedzi na to pytanie da się powiedzieć, że zabrakło w nich jakiegokolwiek oceny zjawiska oraz że wystąpiła pełna zgoda z przekazem medialnym (W7, W8, M11). Jeśli skorelować krytyczny odbiór problemu, który wprowadza pytanie sondujące poglądy na temat inicjacji seksualnej, z analizowanymi w tej pracy zmiennymi (płci, miejsca zamieszkania, wykształcenia ojca), to widać, że dziewczyny mają skrajne skłonności do albo bezkrytycznego odbioru lub bezrefleksyjnego oporu, albo do wysokiego krytycyzmu, któremu towarzyszy pożądana refleksyjność. Odpowiedzi chłopców na to pytanie cechuje krytyczny odbiór o średnim nasileniu. Nie dało się stwierdzić żadnych korelacji z miejscem zamieszkania (z małym wyjątkiem bezrefleksyjnego oporu, przejawianego wyłącznie przez osoby ze wsi) ani z wykształceniem ojca.

Odpowiedzi na pytanie: „Czego można dowiedzieć się o sobie z testów, do których rozwiązania zachęcają czasopisma młodzieżowe? Czy odkryłeś coś w sobie dzięki tym testom?” pozwalają częściowo potwierdzić zgłaszana, generowaną z wolna — mówiąc językiem teorii ugruntowanej — tezę o krytycznym odbiorze wybranych wytworów kultury popularnej przez młodzież. Otwartą krytykę testów, ukazujących się w analizowanej prasie, przez badaną młodzież oraz wyników uzyskiwanych w toku ich rozwiązywania odczytywać można jako przejaw postawy oporu wobec proponowanych przez kulturę popularną treści oraz wyraz młodzieżowej refleksyjności. Przytoczone dalej wypowiedzi dotyczą tylko drugiej części pytania, to jest: „Czy odkryłeś coś w sobie dzięki tym testom?”

To takie bzdury moim zdaniem. Czasami się sprawdzało, czasami nie. (W4)

[...] niektóre są bardzo takie głupie właśnie, bo tam pisze się, czy ma się jakąś moc czy szósty zmysł. Nie, w ogóle w to nie wierzę. (W8)

Raczej nie. Jak rozwiązuję to tylko tak sobie, ale nie wierzę w takie rzeczy. (W16)

Raczej nie. To takie testy, nie testy. Właściwie to nie. (M7)

Szczerze powiedziawszy, to w te testy nie wierzę. Bo one są ... Nie sądzę, żeby ktoś je zrobił tak, żeby dobrze wyszło. Są tylko tak, żeby zająć czas. Bo niektórzy ludzie, jak rozwiążą taki test i im wyjdzie, że w najbliższym czasie znajdziesz swoją

miłość, to ta dziewczyna może w to uwierzyć i jak spotka jakiegoś chłopaka w tym tygodniu, to może uważać, że to jest ta miłość z tego czasopisma i potem się wpakuje w jakieś... coś niemiłego. [Czego można się dowiedzieć o sobie jeszcze? — M.B.] O swoim charakterze dużo. [...] jaki to ty nie jesteś, że w tym miesiącu jesteś spokojny, a wcale to nie jest prawda. No i czasami wymuszają w nas jakieś zachowania. [A ty dowiedziałaś się czegoś o sobie dzięki tym testom? — M.B.] Dowiedziałam się, ale czy ja w to uwierzę? Nie wierzę. My zawsze czytamy te testy i się śmiejemy, że no co ty, to nie ja. (M24)

Ostatnia wypowiedź pokazuje, że młodzież ma nawet świadomość skomplikowanych mechanizmów oddziaływania niektórych przekazów; mowa o zjawisku nazywanym przez socjologów samospełniającym się proroctwem. Ciekawe, że wszystkie wypowiedzi formułowały dziewczęta. Ich ojcowie, oprócz W8, mają wykształcenie średnie. Potwierdza to dominację dziewczyn wśród badanych wykazujących postawę wysoce krytyczną. 4 osoby spośród 5 „odrzucających” testy to uczniowie, których ojcowie mają wykształcenie średnie. Brakuje jednak w tej grupie wypowiedzi osób, których ojcowie mieliby wykształcenie wyższe, a zatem nie da się stwierdzić wyraźnej zależności między bardzo dobrym pochodzeniem społecznym a skłonnością do wysokiego krytycyzmu.

Jednakże potwierdzanie przez badaną młodzież użyteczności i „prawdziwości” tych testów — o których nawet niepsycholog powie, że są nieprofesjonalne, nierzetelne, nietrafne i „pisane na kolanie” — nie musi świadczyć o jej niskim poziomie krytycyzmu. Duża część tych testów proponuje bowiem odbiorcom diagnozy ich umiejętności, cech, szans życiowych na zasadzie tautologicznej. Oczywiście jest, że jeśli ktoś zaznacza, że: rzadko wychodzi z domu, jego priorytetem jest nauka, nie ma przyjaciół, na wakacjach nie rozstaje się z rodzicami, to test olśni go proroctwem, że ma małe szanse na spotkanie w najbliższym czasie swojej sympatii, a wraz z nią miłości. Daremnie by krytykować tautologię i nie dziwi fakt, że część młodzieży odnajduje w testach fragmenty prawdy o sobie. Dlatego trudno jest podać taki wskaźnik w wypowiedziach badanych, który świadczyłby o niskim poziomie krytycznego odbioru testów. Analizowane pytanie tylko zatem częściowo potwierdza tezę, że młodzież gimnazjalną cechuje znaczący opór wobec treści kultury popularnej.

Czasami się sprawdzają, bo akurat znam swój charakter i to, co mi wyjdzie, czasami się sprawdza, czasami jest prawda, ale czasami nie. (W17)

Ostatnio rozwiązywałam, czy się jest taką lalką, to znaczy w sensie, czy się tak ładnie ubieram, maluję. I się dowiedziałam, że nie. To dla mnie jest akurat pozytywne. (W19)

Nie, już wszystko wiedziałam. (W20)

Sprawdziłem z taką jedną osobą, czy do siebie pasujemy, no i akurat to odkryłem, że pasujemy. [I to się zgadza? — M.B.] Zgadza się. (W24)

Czasami zdarzyło mi się coś dziwnego, np. wyszło mi, że jestem bardzo otwarta, a to jest tak naprawdę pośrodku, bo przy różnych osobach raczej się nie otwieram, no ale tak wyszło z tych testów. Powiedzmy, że czasami się zgadza, że to jest prawda, że dobrze jest zrobiony test, ale to różnie jest, nie biorę tego tak do siebie. (M1)

No, w sumie, że lubię muzykę i takie czasopisma, ale że nie jestem taką zdesperowaną fanką, że interesuję się muzyką, ale też myślę trzeźwo o tym, że jestem odporna na stres, że nie przejmuję się wszystkimi problemami ludzi. [To się zgadza? — M.B.] Tak. (M4)

No, że jestem mało asertywna, no i że jestem koleżeńska. [To jest zgodne z tym, co ty myślisz o sobie? To się sprawdza? — M.B.] Tak. (M6)

To, co się dowiedziałam, to czasami była prawda, a czasami nie. Wczoraj pożyczyłam sobie od koleżanki czasopismo i był test, czy jestem cicha, czy też ogólnie hałaśliwa. No i wyszło, że jestem cicha, a w zupełności nie jestem taka. Tak że sprawdzają się tylko czasami. (M11)

Pytaniem bezpośrednio sondującym poziom krytycznego odbioru przez młodzież treści popkultury jest pytanie o akceptację prezentowanego na łamach czasopism ideału życia. Na pytanie: „Co jest najważniejsze w życiu aktorów i muzyków, o których pisze się w tych czasopismach?”, badani jednomyślnie odpowiedzieli: przyjaźń, miłość, pieniądze, sława, kariera. Kolejne pytanie to: „Czy dla Ciebie są to także rzeczy najważniejsze w życiu?”. Uzyskane odpowiedzi w prze-

ważającej mierze potwierdzają tezę o wysokim poziomie krytycznego odbioru przez filtr osobistych wartości:

Miłość? No też, ale nie tylko. Bo na przykład przyjaźń jest ważna. Rodzina jest ważna. (W5)

Rodzina tak, a kariera — no to tak raczej wiadomo, że ważna, ale zależy też jaka, jakaś tam w telewizji, jak oni, bo na pewno oni marzą, żeby mieć dużo pieniędzy i by być sławni i popularni. A to raczej nie jest dla mnie takie ważne, żeby być sławną jakąś. Pieniądze — no to wiadomo, jak każdy. (W7)

Nie, ja jakoś inaczej spostrzegam życie. Wiadomo, że to, co te gwiazdy sobą reprezentują, nie jest aż tak dobre, to czego pragną też nie i jakoś mam inne wartości, troszeczkę lepsze. (W10)

Nie, na pewno nie. (W17)

Nie. Szczęście przede wszystkim. (W18)

Nie. Bo tak najważniejsza jest rodzina. To, z kim się spędzi resztę życia. Kariera tak szybko przemienie, a rodzina zawsze zostanie. (W20)

Dla mnie najważniejsza jest rodzina, żeby dobrze się uczyć w szkole, żeby potem gdzieś dobrze dostać się do liceum albo dobrą pracę znaleźć. (M5)

Nie. Najważniejsze dla mnie radość i miłość od rodziców i innych. To mi wystarczy do szczęścia. (M10)

Wśród autorów przytoczonych odpowiedzi był tylko jeden chłopak (W18) — potwierdza to tezę o wyższej refleksyjności wśród dziewcząt. Badani nie odrzucają bezmyślnie wartości kariery czy pieniędzy, wręcz odwrotnie — potwierdzają ich znaczenie. Inaczej jednak hierarchizują cele życiowe. Rodzina stanowi dla nich wartość dominującą — niedocenianą przez dyskurs *coolturny nastolatka* i dlatego pewnie dyskurs ten spotyka się z oporem większości spośród 27-osobowej populacji jego odbiorców. Ponadto młodzież dystansowała się wobec teleologii gwiazd, których świat pozostaje odległy od jej codziennych spraw i dążeń. Przyznawała też, że wśród najważniejszych dla niej spraw jest miłość rodzicielska, dostanie się do dobrego liceum, znalezienie pracy. Są to marzenia zbyt banalne jak na ambicje gwiazd i zbyt mało spektakularne, by roztrząsać je na łamach anali-

zowanej prasy. Tylko dwie dziewczyny odczuwały empatię, czytając „wynurzenia” aktorów i muzyków. Odpowiedź na pytanie: „Czy dla Ciebie są to także rzeczy najważniejsze w życiu?” brzmiała:

Tak, przyjaźń miłość i pieniądze też. Przyjaźń jest najważniejsza chyba że miłość, rodzina. I pieniądze są na ostatnim miejscu. (W8)

Tak, przyjaźń, rodzina, miłość. (M6)

Młodzież nierzadko w sposób bardzo twórczy wyciąga konkluzje ze zróżnicowanej ideologii „przemycanej” za pośrednictwem medium prasy młodzieżowej. Osobiście — po dokonanej analizie treści czasopism — nie domyśliłbym się, przy całej sympatii dla tego medium, że można z niej wysnuć dla siebie — jak uczyniła to jedna z badanych odpowiadająca na pytania: „Jakie wartości życiowe lansują te czasopisma? Jakie wartości są najważniejsze (najważniejsze cele życiowe)?” — następujące wnioski:

Na pewno jakiś kręgosłup moralny. Np. w „Bravo” są różne raporty. I było kiedyś o zabijaniu koni. One [czasopisma — M.B.] tak jakby uczą, jak nie należy się zachowywać, że należy walczyć w obronie środowiska, należy jakoś tak lepiej się zachowywać. (W10)

Równocześnie ta sama dziewczyna z dużą przenikliwością dostrzega uniformizację, manipulację i utratę indywidualizmu, zagrażające ze strony przekazów kultury popularnej. Sama przy tym dystansuje się i podkreśla własną niezależność od trendów zaszczepianych przez dyskurs *cool*tury nastolatka:

Ooo, każdy kocha Tokio Hotel, uwielbia Paris Hilton, ogląda tylko i wyłącznie Orlanda Bloom i tak naprawdę nie za dużo się uczy, imprezuje, słucha muzyki, jeździ na koncerty, olewa sobie szkołę. Na pewno dziewczyny są umalowane, ubrane jak... no nieodpowiednio. Na szczęście moda się zmienia. Wyszły już z mody te pępki gołe, ale nadal zostają kuse, krótkie spódniczki. Oczywiście dekolt musi być jak największy. Jeśli chodzi o Tokio Hotel, to teraz wszystkie dziewczyny, ja nie wiem jakim cudem, ubierają się na czarno, malują się też na czarno i robią po prostu z tego zespołu jakieś bóstwo. Dla mnie to jest śmieszne. Nie, no oczywiście też uwielbiam swoje

zespoły, ale z góry zaznaczam, że nie jest to Tokio Hotel. I nie chodzę po szkole i mówię: uwielbiam Corna czy Nirwanę, bo to jest trochę bez sensu. Jakoś tak nie obnoszę się z tym, co lubię i nie ubieram się... Nie założę sobie koszulki z nadrukiem wokalisty tego zespołu, tej Paris Hilton, tych Ich Troje i tych wszystkich. (W10)

Podobnie krytyczni potrafią być odbiorcy dyskursu *hip-hopowego*. W odpowiedzi na pytania: „Jak byś opisał wartości życiowe, do których przestrzegania zachęcają polskie teksty hip-hopowe? Jakie jest ich przesłanie?”, jedna z dziewczyn zwraca uwagę na negatywną stronę przekazu dyskursu *hip-hopowego*:

Np. śpiewają piosenki o policjantach, mi się wydaje, że im zależy tylko na tym, żeby tylko ich wkurzyć tymi piosenkami, że oni tam piszą o nich, że jacy oni są, że HWDP, takie różne rzeczy piszą i mi się wydaje, że oni nie zwracają uwagi na to, że to też są ludzie, że oni też żyją, tylko zwracają na to uwagę, że oni są ci najgorsi, a tak naprawdę, to nie jest prawda. (M2)

Podsumowując zaprezentowane analizy krytycznego dekodowania treści kultury popularnej, można stwierdzić, że młodzież w przytłaczającej większości poddaje przekaz popkultury procesom krytycznego odbioru. Jednocześnie należy zauważyć, że nie ma jednego modelu krytycznego dekodowania. Jest krytyczny odbiór o charakterze negacji, afirmacji, selekcji, zdarza się też krytyczny odbiór o charakterze bezrefleksyjnego oporu oraz niepoprawnego optymizmu. Przyczyn aktywnego odbioru jest wiele: system wartości (casus prymatu rodziny nad pragnieniem zrobienia kariery, zdobycia sławy), bycie z zasady kontra (argumentacja „nie wiem, jak jest, ale na pewno nie tak”), odmienność doświadczeń życiowych odbiorcy i nadawcy, ale też różne doświadczenia samego odbiorcy (W10 raz bardzo krytyczna, innym razem bezrefleksyjnie afirmująca), racjonalizm (casus sprzeciwu wobec niechęci do policji). Niezależnie od miejsca zamieszkania (wieś, miasto), płci i pochodzenia społeczne młodzież ustosunkowywała się krytycznie do przekazu. Nie dało się uchwycić istotnej zależności między miejscem zamieszkania a poziomem krytycznego odbioru. Nie było też żadnej korelacji z pochodzeniem społecznym (wykształceniem ojca) odbiorców. Ujawniła się natomiast pewna tendencja do bardzo wysokiej refleksyjności i krytycyzmu bądź zupełnej bezrefleksyjności u dziewczyn. Wypowiedzi chłopców są wyraźnie krótsze i mniej refleksyjne, ale najczęściej krytyczne (z 9 niekrytycz-

nych, opisywanych w niniejszym podrozdziale, tylko jedna pochodziła od chłopca — W19). Większość wypowiedzi niekrytycznych należała do dziewczyn (8 na 9 stwierdzonych: M10, M11, M4, M6, M13, W10, W7, W8). Jednak wśród opinii najbardziej refleksyjnych (krytycznych i najdłuższych — bogatych w argumentację) przeważały te pochodzące od dziewcząt (W10, W24, W11, M12, M1, M24 — wypowiedzi najdłuższe, wysoce krytyczne).

Zakończenie

W toku analizy treści światopoglądowych wybranych dyskursów kultury popularnej stwierdzona została silna polaryzacja w zakresie upowszechnianych przez nie doświadczeń życiowych, obrazu świata oraz ideału życia. Tabelaryczne zestawienie badanych elementów światopoglądu obrazuje heterogeniczność obu dyskursów światopoglądowych:

Dyskurs <i>coolturny nastolatka</i>	Dyskurs <i>hip-hopowy</i>
Cechy dyskursu żeńskiego	cechy dyskursu męskiego
Dyskurs postmodernistyczny (tożsamość heterogeniczna, fragmentaryczna, fascynacja wizerunkiem, apolityczność, post-subkulturowość)	dyskurs modernistyczny (tożsamość homogeniczna, holistyczna, nacisk na poglądy i wartości, misyjność, subkulturowość)
Tożsamość osobowa	tożsamość kolektywna
Podstawowym źródłem doświadczeń życiowych jest własne ciało (atrybucja wewnętrzna)	podstawowym źródłem doświadczeń życiowych jest świat zewnętrzny (atrybucja zewnętrzna)
Optymistyczny obraz świata	pesymistyczny obraz świata
Relacje intymne określają dwa pojęcia: seks i miłość. Seks jest przedmiotem obaw (przed funkcją prokreacyjną oraz zakażeniami wirusowymi). Miłość to temat w którym przeważają problemy związane ze strategią zdobywania partnera.	relacje intymne wprowadza pojęcie „kobieta”; kobiety dla mężczyzn bywają również źródłem zagrożeń, związanych zwłaszcza z wydatkami finansowymi; kobiety są jednocześnie silnie uprzedmiotowione
Adekwatne ciało jako ideał życia	szacunek w środowisku jako ideał życia
Bycie autentycznym jest ideałem życia w obu dyskursach (jego konkretyzacje bywają jednak różne, w zależności od dyskursu).	
Rdzeniem tożsamości jest osobowość. Oba dyskursy definiują tożsamość częściej za pomocą przymiotów, parametrów osobowościowych i charakteru niż atrybutów cielesnych.	

Jeśli chodzi o wpływ wychowawczy, jaki mogą mieć badane dyskursy na młodych odbiorców, to nasuwają się następujące refleksje:

- Treści mówiące o wczesnych doświadczeniach seksualnych młodzieży mogą powodować poczucie nieadekwatności u odbiorców, a tym samym przyspieszać inicjację seksualną, która w przypadku nastolatków niebędących jeszcze w związkach małżeńskich zaliczana jest do zachowań ryzykownych.
- Popularyzowanie narkotyków przez niektóre treści kultury popularnej może stanowić impuls do spróbowania środków psychoaktywnych. Mowa o dyskursie *hip-hopowym*, który w opinii samej młodzieży niejednoznacznie ocenia narkotyki i w którym — co należy również podkreślić — nie brakuje tekstów potępiających je. Nie wydaje się jednak, by wpływ ten mógł samodzielnie sprowokować takie zachowania, ponieważ młodzież potrafi krytycznie i refleksyjnie odbierać przekazy popkultury.
- Koncentracja na wizerunku ciała oraz medykalizacja tożsamości w prasie młodzieżowej mogą potęgować niepokoje wieku rozwojowego, wynikające z ciągłego porównywania się adolescentów z rówieśnikami. Niektóre jednak treści — np. testy zamieszczane w czasopiśmie — mogą dostarczać materiału pojęciowego dla kształtującej się tożsamości młodych ludzi oraz służyć informacją na temat prawidłowego rozwoju psychoseksualnego; informacją, której nierzadko brakuje w szkole i rodzinie.

Dekodowanie tekstów kultury popularnej ma charakter dominująco-negocjacyjny. Pewne treści dekodowane są w układzie dominującym, zgodnie z funkcją nadaną tekstu, inne treści bywają poddawane modyfikacjom, czyli są negocjowane. Negocjowanie może mieć charakter:

- marginalizacji jednych znaczeń na rzecz innych,
- arbitralnej kanalizacji uwagi (wykluczenie semantyczne).

Podstawową formułą modyfikacji przekazu obecnego w tekstach kultury popularnej jest marginalizacja jednych znaczeń na rzecz skupienia uwagi na innych. Młodzież miejska rzadko dostrzega w tekstach dyskursu *coolturny nastolatka* problematykę szkolną, wpisane w nie marzenia o sławie czy rodzicielskiej empatii. Na te elementy natomiast zwraca uwagę młodzież ze wsi (dekoduje ona w tym przypadku w sposób negocjowany, gdyż problemy te są w analizowanej prasie marginalne). Młodzież ze wsi dużo słabiej interesuje się problemami zdrowia, dostrzeganymi i silnie eksponowanymi przez młodzież z miasta (która dekoduje w tym przypadku w układzie dominującym, ponieważ tematyka zdrowia jest kluczowa w dyskursie

coolтуры nastolatka). Podobny model dekodowania mieszanego (dominująco-negocjowanego) zauważa się w przypadku przekazu hip-hopowego. Pewne treści tego dyskursu podlegają dekodowaniu w tym samym układzie odniesienia, np. ocena narkotyków — ambiwalentna zarówno w dyskursie, jak i jego interpretacji przez odbiorców. Inne znaczenia, takie jak pojęcia *dziewczyna*, są przez część odbiorców poddawane modyfikacji, która polega na arbitralnej kanalizacji uwagi na znaczeniu, które wyklucza znaczenia przeciwne (można by to nazwać wykluczeniem semantycznym). Otóż, mimo że skategoryzowane przeze mnie określenia pojęcia *dziewczyna*, obecne w dyskursie *hip-hopowym*: (negatywne) *zdzira, dziwka, droga maskotka do salonów, pazerny lachon, kapsztolec, wołą cipowatych chłopaków, pipa, pizda, pinda, niunia, dupcia, kurwa, szmata, suka, grzeszna, niegrzeczna, zepsuta, intelekt ma nabyty, a wrodzoną tylko chcicę, pije ponad miarę, chętna*; (neutralne) *gibka, pocieszna, kotek*; (pozytywne) *uśmiechnięta, zajebista, piękna, mądra, szczodra, wymarzona, dzieło naszego stwórcy*, są w przeważającej mierze mało przyjazne kobietom, to okazuje się, że zdaniem niektórych odbiorców hip-hopowcy stawiają w dobrym świetle dziewczyny [...] dobrze opowiadają o dziewczynach. Stawiają je ponad wszystko. (M23), mówią, [...] że fajne są, że bez nich trudno by było. Że fajnie jest mieć kogoś przy sobie, z kimś porozmawiać, spotkać się (M8) itd.

Podsumowując, modelem dekodowania analizowanych dyskursów kultury popularnej przez młodzież jest model dominująco-negocjacyjny, przy czym rodzaj dekodowania nie koreluje w istotny sposób z żadną z analizowanych zmiennych (miejscem zamieszkania, płcią, pochodzeniem społecznym). Nie można powiedzieć, że młodzież ze wsi dekoduje zawsze w sposób negocjowany, a ta z miasta — zawsze w układzie dominującym. Sposób dekodowania wiąże się bowiem z treściami obecnymi w przekazie. Szczegółowe treści bywają obdarzane inną uwagą na wsi, a inną w mieście — stąd występujące różnice w dekodowaniu tych samych treści w zależności od miejsca zamieszkania, nie istnieje jednak jeden model dekodowania wszystkich treści, który byłby związany z trzema przyjętymi zmiennymi.

Na podstawie analizy wywiadów dotyczących recepcji dyskursu *hip-hopowego* oraz *coolтуры nastolatka* można stwierdzić, że młodzież w zdecydowanej większości przejawia postawę aktywnego odbioru. Wyróżnionych zostało kilka poziomów krytycznego odbioru:

- krytyczny odbiór o charakterze negacji,
- krytyczny odbiór o charakterze afirmacji,
- krytyczny odbiór o charakterze selekcji,

- krytyczny odbiór o charakterze niepoprawnego optymizmu (*casus* inicjacji seksualnej, czyli opór wobec treści powodowany moralnym wzburzeniem lub maksymalizmem moralnym),
- bezrefleksyjny opór.

Najczęstszym układem odniesienia dla osób krytycznych wobec treści kultury popularnej był własny świat doświadczeń i marzeń, odrębnych od opisywanych przez gwiazdy i redakcje czasopism: raczej ufność w trwałość związków międzyludzkich oraz konieczność wstrzeżności seksualnej do czasu dorosłości, także większe nastawienie na edukację niż zgoda na przygodność i nietrwałość kontaktów małżeńskich i partnerskich oraz pragnienie spektakularnej kariery i sukcesu. W krytycznej recepcji dyskursu *hip-hopowego* przez młodzież ujawniała się samodzielność myślenia (np. brak zgody na atakowaną w tym dyskursie policję) oraz moralny układ odniesienia, który każe krytycznie patrzeć na używanie narkotyków czy pogardliwy stosunek do dziewczyn. Przede wszystkim zaś młodzież słuchająca hip-hopu ma świadomość, że ten nurt muzyczny tworzą różni ludzie — tacy, których słuchać warto, i tacy, którzy śpiewając dla pieniędzy, nie zachęcają do dobrych zachowań.

W toku korelowania wypowiedzi krytycznych i niekrytycznych wobec treści wybranych wytworów kultury popularnej ze zmienną płci, miejsca zamieszkania oraz pochodzenia społecznego stwierdziłem, że nie zachodzi w tej materii żadna istotna zależność. Wystąpiła jedynie prawidłowość dotycząca specyfiki krytycznej recepcji w zależności od płci. Dziewczyny przejawiały skrajne skłonności do albo zupełnej bezrefleksyjności, albo bardzo aktywnego odbioru (refleksyjności i argumentacji bogatszej niż w przypadku niemal zawsze krytycznych chłopców).

Nasze słownictwo, pojęcia i teorie, którymi dzielimy się z innymi lub analizujemy je w obliczu prowokujących do myślenia i wypowiedzi zjawisk, czerpiemy z zasobów języka nabytych w określonym środowisku, przyswojonych sobie w rezultacie kontaktu z określonymi książkami, filmami, czasopismami. Niemalże bezwiednie przemawiają przez nas określone dyskursy, w dużym stopniu narzucając nam sposoby czucia, rozumienia i interpretacji rzeczywistości. Współczesna młodzież, nazywana niekiedy pokoleniem MTV, upodobała sobie szczególnie środowisko wychowawcze konstituowane przez logosferę, ikonosferę i sonosferę kultury popularnej. Zidentyfikowane w niniejszej pracy treści światopoglądowe w wybranych dyskursach popkultury, eksponując jedną tematykę, wykluczają tym samym inną. Język nie tylko odkrywa, ale również zasłania — to znane twierdzenie. Ciągłe propagowanie środków antykoncepcyjnych, wpi-

sujące się w profilaktykę drugorzędową edukacji seksualnej, obecne w dyskursie badanych czasopism, skazuje na niebyt promocję wstrzemięźliwości seksualnej do czasu znalezienia stałego partnera, co stanowi profilaktykę pierwszorzędową. Określony sposób dyskursywizacji tematyki — stosując terminologię Michela Foucault — determinuje jej rozumienie. Pojęcia wprowadzane przez dyskursy światopoglądowe do świadomości odbiorców mogą żyć krótką chwilę bądź zapadać w długotrwałą pamięć, odżywając po czasie. Abstrahując od analizowanego dyskursu *hip-hopowego*, słowa piosenki Krzysztofa Cugowskiego „Nie wierz nigdy kobiecie, dobrą radę ci dam ...” mogą zaistnieć w strumieniu świadomości mężczyzny doznającego miłosnego zawodu (pod warunkiem, że zna on twórczość Budki Suflera).

Ważnym osiągnięciem badawczym niniejszej pracy wydaje się odkrycie, że krytykowana często za bezmyślność, wtórny analfabetyzm oraz ignorancję młodzież wykazuje wysoki poziom refleksyjności w kontakcie z przekazem kultury popularnej. Ci, których charakteryzuje bierny odbiór, stanowili zdecydowaną mniejszość w badanej populacji. Wzmacnianie refleksyjności i kształtowanie umiejętności krytycznego odbioru wydaje się najsensowniejszą pedagogiczną propozycją, jaką może wskazać humanista żyjący w demokratycznym świecie pełnym kiczu i szkodliwych przekazów, które miałyby czasami ochotę ocenzurować. Jaką postawę winien przyjąć pedagog wobec nieformalnej edukacji dokonującej się poprzez kulturę popularną czy wobec edukacji do kultury popularnej? Warto pamiętać — co podkreślają teoretycy oporu, ale i co potwierdziły prezentowane badania nad młodzieżową recepcją — że „uczniowie nie są pasywnymi odbiorcami wiedzy, lecz relatywnie autonomicznymi »aktywnymi istotami«, zdolnymi do jej restrukturalizowania i używania do »własnych celów«. Przekształcają oni wiedzę odpowiednio do cech swoich indywidualnych świadomości” (Melosik, 1995b: 59). Wychodząc z założeń antropologii obecnej w pedagogice nieautorytarnej, mianowicie że każda istota ludzka — także dziecko i młody człowiek — ma prawo do prywatności (np. percepcji wybranych przez siebie wytworów kultury), „jest w stanie myśleć samodzielnie, prowadzić własną diagnozę problemu i poszukiwać konstruktywnego dla niej rozwiązania” (Śliwerski, 1998: 139), należy rozumieć pedagogiczną interwencję jedynie jako dialog z młodzieżą i negocjowanie znaczeń. Jeśli określone wytwory kultury popularnej zachęcałyby do seksu w wieku lat nastu, palenia marihuany, zrobienia sobie tatuażu na szyi, to zwolennik pedagogiki nieautorytarnej nie musi milczeć i zawieszać własnej oceny zjawiska. R. Rorty, który podważa na gruncie epistemologii możliwość dotarcia do Prawdy, jej poznania i naukowego do-

wiedzenia, stwierdza, że „funkcją edukacji na niższym poziomie nie jest i nigdy nie będzie kwestionowanie przeważającego konsensu społecznego, odnośnie tego, co jest prawdą [...]. Edukacja dla wolności nie może rozpocząć się przed narzuceniem pewnych więzi” (podaje za: Melosik, 1995b: 106). Dopiero uniwersytet jest miejscem, gdzie trzeba bez obaw pozwolić na kwestionowanie wszelkich uświęconych prawd, by czasem pod wpływem zakazów nie zagubić jakiegoś cennego sądu. Negocjowanie znaczeń na niższych poziomach edukacji musi niekiedy oznaczać trwanie przy swoim stanowisku poznawczym. Tłem dialogu powinny być jednak założenia pedagogiki nieautorytarnej, humanistycznej i krytycznej, które podkreślają prawo każdego — również dziecka — do „wolności tworzenia i do twórczości dzięki wolności myślenia i prawa do podejmowania ryzyka [...]. Zadaniem wychowawcy jest poszerzanie marginesu wolności oraz wspieranie warunków sprzyjających biofilii, a więc orientacji skierowanej na życie. Pedagog nie może kierować się w tym procesie intencją zawładnięcia procesem rozwoju swoich wychowanków, wywierania nań określonego wpływu, czyniąc za nich wybór. Może natomiast uczynić dla nich tyle, że ukaże im możliwości wyboru w sposób prawdziwy i z miłością, rozbudzając w nich postawę energii ku życiu” (Śliwerski, 1998: 228). Dobrze, jeśli pedagogiczna praca wśród młodych ludzi nie ma jedynie charakteru werbalnego. E. Fromm tak opisuje „promieniowanie” wychowawcy, który aktualizuje potencjał rozwojowy wychowanków, przy jednoczesnym respektowaniu ich wolności i niezależności: „Wierzę, że kształcenie oznacza zapoznanie młodego człowieka z najlepszym dziedzictwem ludzkiej rasy. Ale ponieważ większość tego dziedzictwa sformułowana jest w słowach, kształcenie staje się skuteczne tylko wtedy, gdy te słowa stają się rzeczywistością w osobie nauczyciela oraz praktyce społecznej i strukturze społeczeństwa. Tylko idea zmaterializowana w ciele może mieć wpływ na człowieka; idea, która pozostaje w sferze słów, zmienia wyłącznie słowa” (podaje za: Śliwerski, 1998: 233).

Warto zastanowić się również nad warunkami dialogu z młodzieżą, który respektując jej wolność i podmiotowość, stwarza wychowawczą szansę na przedstawienie własnej argumentacji afirmującej określone treści kultury popularnej lub je negującej. Niezmiernie ciekawy wydaje się model idealnej sytuacji komunikacyjnej J. Habermasa, który — jak każdy Weberowski typ idealny — nie występując w rzeczywistości, służyć może jednak do jej modyfikowania i przekształcania w pożądanym kierunku. „Przedmiotem dyskursu mogą być albo problematyczne twierdzenia (dyskurs teoretyczny), albo problematyczne normy (dyskurs praktyczny). Idealna sytuacja komuni-

kacyjna, przybierająca postać mowy argumentacyjnej, musi spełniać następujące warunki roszczeniowe:

- **prawomocność roszczenia do prawdy** — polegająca na tym, że wszyscy potencjalni uczestnicy dyskursu będą mieli równe szanse otwarcia i jego kontynuacji. Obydwie strony komunikacji zmierzają tu do prawdy (rozumianej w duchu klasycznej teorii prawdy) i są wrażliwe na racjonalne argumenty. Przyjmują tylko takie sady, których prawdziwość uważają wspólnie za racjonalnie uzasadnioną;
- **prawomocność roszczenia do ważności** — polegająca na tym, że rozmówcy uzgadniają ze sobą wartości. Obie strony mają tu równe szanse powoływania się na konstatywy, tj. wysuwania i kwestionowania wszystkich twierdzeń, wyjaśnień i interpretacji. Uzgodnienie wartości możliwe jest — zdaniem Habermasa — dopiero w ramach postkonwencjonalnego etapu rozwoju kultury;
- **prawomocność roszczenia do szczerości** — polegająca na tym, że komunikujące się ze sobą strony mają równe szanse powoływania się na reprezentatywy, tj. szczerego wyrażania swoich przekonań, intencji i postaw [»twierdzę, że jest tak a tak, i w to wierzę«];
- **prawomocność roszczenia słuszności założonych norm**, gdzie chodzi o wzajemną zgodę na przedstawiany stosunek do normatywnej bazy przekazu. Obie strony muszą mieć równe szanse wysuwania żądań i roszczeń” (podają za: Śliwerski, 1998: 247—248).

Uznanie opisanych prawomocności przyznanych uczniom, wychowankom, młodym interlokutorom, odbiorcom kultury popularnej charakterystyczne jest dla pedagogiki humanistycznej, krytycznej, niedyrektywnej, antyautorytarnej i emancypacyjnej, które łączy uznanie podmiotowości, wolności i niezależności każdej istoty ludzkiej. Wymienione prawomocności winny obowiązywać również wtedy, kiedy wychowawca dostrzega, że wychowanek ulega zniewalającym, uprzedmiotawiającym przekazom medialnym. Nie chcąc jednak zablokować swojej komunikacji z młodzieżą, współczesny pedagog powinien zrezygnować z „postawy władcy oświeconego, który uważa, iż przekazuje wychowankom absolutną mądrość, prawdę i wiedzę, a w zamian za to żąda absolutnego posłuszeństwa i szacunku” (Melosik, 2004a: 91). Taka postawa rodzi dziś głęboki sprzeciw, ponieważ żyjemy w dobie skrajnego indywidualizmu. Niemniej Z. Melosik uważa, że podczas edukacyjnej rozmowy z młodzieżą „można tworzyć (za pomocą strategii krytycznego myślenia) przestrzenie wyjścia poza dominujące (i często narzucone) interpretacje i reprezentacje świata. Moż-

na konstruować alternatywne systemy znaczeń. Uwolnienie się od pułapki narzuconych sposobów postrzegania i pojmowania świata (zarówno tych, które mają charakter fundamentalistyczny, jak i tych, które tworzy popkultura) sprawia, iż młody człowiek może sam tworzyć świat, w którym żyje, może sam wybierać swoją tożsamość” (tamże, s. 91).

Analiza wywiadów w części badawczej pracy niejednokrotnie pokazała, jak młodzież w sposób samodzielny opiera się dominującym w popkulturze systemom znaczeń (związanych z rodziną, sukcesem, inicjacją seksualną), przeciwstawiając im własne, alternatywne znaczenia. Współczesne negocjowanie znaczeń z młodzieżą oraz „kształtowanie w młodzieży nawyku świadomego podejmowania wyborów odnośnie do kształtu własnego *ja*” (Melosik, 2004a: 90) znajdują swoje uzasadnienie w dwóch pedagogicznych zadaniach, co do których w dobie ponowoczesnej nie zgłasza się większych zastrzeżeń. Pojmowanie pedagoga jako przewodnika i tłumacza (Kwieciński, 1999) uzasadnia się wieloznaczną rzeczywistością, pozbawiającą współczesnego człowieka trwałego zakorzenienia. „Prawdziwy lider-przewodnik idzie na czele, przecież dobrze zna uprzednio miejsca, ku którym prowadzi, ale zarazem musi umieć słuchać tych z tyłu. Mimo swoich kompetencji i ambicji musi uzgadniać kierunek z tymi, których przeprowadza” (tamże, s. 58). Na gruncie popkultury na czele idzie młodzież — to ona wykazuje znacznie większą wiedzę o (pop)szlakach i topografii terenu. Niemniej to pedagog przypominał będzie podczas tej „wycieczki” o ogólnych zasadach, takich jak choćby konieczność poruszania się w grupie i puszczania przodem słabszych, by mieć nad nimi kontrolę. Także w świecie mediów i popkultury trzeba uważać na pokusę alienacji od „innych” — ucieczkę od własnego, realnego życia w świat mediów (zagrożenie dysfunkcją narkotyzującą) oraz pamiętać o etyce własnych zachowań, zwłaszcza tych w sieci, które mają charakter interaktywny, a zatem cechują się dużą sprawczością. Pedagog jest również tłumaczem „różnych możliwości wyboru na indywidualnej, osobniczej, niepowtarzalnej drodze do pełni rozwoju podmiotowej tożsamości, do pełnomocnego radzenia sobie w zmaganiach ze światem i losem życia” (tamże, s. 55).

S. Hessen pięknie pisał kiedyś o zadaniach nauczyciela: „Zastany przez siebie światopogląd, który ani nie pokrywa się zupełnie z jego własnym światopoglądem, ani nie jest światopoglądem wychowanka, a tylko otacza go jako duchowe *milieu*, nauczyciel będzie się starał »otworzyć«. »Otworzyć« światopogląd to znaczy nadać mu życie i ruch, pozwolić zrozumieć jego problematykę [...] nauczyciel nie musi przedtem powstrzymywać się od wydawania własnego sądu, nie może

go jednak narzucać: i jedno, i drugie przysłoniłoby tylko sens duchowego otoczenia” (H e s s e n, 1934: 126). Według pedagogiki pragmatyzmu, edukacja „ma umożliwić ludziom wybór sposobów życia, które przyniosłyby im najwyższy stopień rozwoju i samorealizacji” (M e l o s i k, 2004b: 321). Stając przed tym zadaniem, współczesna pedagogika musi zmierzyć się z niemałymi trudnościami, ponieważ takie kryteria, jak osobiste zbawienie, godność, spolegliwość, kompetencja (mistrzostwo w opanowaniu jakiejś teoretycznej czy praktycznej dziedziny), to coraz mniej rozumiane przez młodzież parametry dojrzałego oraz wartościowego życia. Dziś żaden pedagog, który nie czyni z teleologii korzyści osobistych rdzenia swej narracji, nie będzie słuchany. Pedagogiczny wysiłek musi polegać na łączeniu pragmatycznej teleologii — dla dzisiejszej młodzieży „prawdą jest to, co się sprawdza, co pozwala »iść do przodu«” (M e l o s i k, 2004a: 75) — z socjocentrycznymi celami, które pozwalają żyć nie tylko dla siebie, ale poszerzają prywatny obszar życia o troskę o *Drugiego*.

Jednostki analizy i ich pola semantyczne — dyskurs hip-hopowy

Jednostka analizy: doświadczenie życia					
Pojęcie analizowane	pole semantyczne pojęcia				
	określenia	asocjacje	opozycje	ekwiwalenty	działania
Bloki	moje, przekłete, miejskie bagno, dzungla, uliczny syf, moja twierdza, wielkomiejski szum	kumple, chłopaki, przyjaźnie, drugi dom, moje życie, mój świat, niechciane dzieci spod klatki, trudy codziennego życia, blokowa agresja, brak widoków	mieszkańcy willi	betonowe płyty, tańki i chodniki, beton, ulica, osiedle, miasto, podwórko, blokowisko	wychowuje, zabija w nas to, co najcenniejsze
Narkotyki	nielegalne, złe nawyki, grunt grząski, zguba ludzkości	lekarstwo, jarać, halucynogeny haj, nieodpowiedzialna deal'erca; „dzieciaki ćpają dzistaj już za młodu, młode dziewczyny trują serce płodu, do dragów co dzień mam większy uraz”	abstynencja	gra w zielone, joint, THC, blant, szlug, cannabis, dragi, ziele, ha-szysz	napędza, daje ukojenie
Dziewczyna	negatywne: zdzira, dziwka, droga maskotka do salonów, pazerny lachon, kapsztolec, uolą cipowatych chłopaków, pipa, pizda, pin-da, niunia, dupcia, kurwa, szmata, suka, grzeszna, niegrzeczna, zepsuta, intelekt ma nabyty, a wrodzoną tylko chce, pije ponad miarę, chetna; neutralne: gibka, pocieszna, kotek; pozytywne: uśmiechnięta, zajębiśta, piękna, mądra, szczodra, wymarzona, dzieło naszego stwórcy	wyciąganie pieniędzy, żerują na chłopaku, kocha swoją furę, seks, popęd do mamony, mogę na nią liczyć, ma tyle charyzmy, energii, nie jestem sam; „w wolnej chwili będzie mogła sobie ściągnąć dzwonki, ale najpierw trzeba ściągnąć majtki, więc, Panie sponsorze, na wszystko się godzę, jak mapa rozłożę”, „imitacji ona nie chce — zerka na metkę”		szuka, fruzie, dziewczuki, suczki	świntuszy, kusi, rozpala w sercu ogień, szuka księcia z bajki, co ma miliony na koncie

Hip-hop (rap)	nigdy nie zginie, jest na pierwszym miejscu, moje życie to jest sztuka, tkwi w nim siła, true school, powstał z entuzjazmu, zbiór prawd o życiu, „dla mnie rytm to jak dla zwierzęcia pasza, bez tych fal, drgań, dźwięku życie puste jak stołk”, oddałem mu serce	lęk, pasja, antidotum, życiowe refleksje; uszyscy to chuje, jeśli nie słuchają rapu, flow ma płynąć non-stop	disco, pop, hip-hopolo, biznes, cukierkowe bity, tanie hity, kit, kieszka, powe popierdółki, gównojak Verba czy Norbi	rap, rymowanie, o życiu teksty, flow	dodaje siłę, uczy, ratuje, reprezentuje mnie jak totem, daje emocje ludziom, płynnie w moich żyłach
Szkola		strata czasu, strach, małpa od biologii, szlugi na przerwach	na ulicy nauka	wyścig szczurów	
Emocje	złe, zatrute, mocne, mistyczne	wrażliwość, samotność, zrezygnowanie, ból, nadzieja, zwątpienie, łzy, depresja, gniew, strach, strucie, dusza, serce, ucieczka w uczucie, upojenie, przyjemność, szal radości, euforia, ukojenie, smak chwili, „uśmiech córki, kiedy wracam z trasy, to miłość, kobieta, której nie brak klasy, lato na osiedlach, grill [...] widok Warszawy nocą od strony Pragi”	rozum	nastrój, uczucia, psychika, samopoczucie	czynią mnie człowiekiem
Przeżany człowiek	był: z planem na życie, pusty z domu gnój, bogaty, misterlover, teraz smutny chłopczyk, jego słownik obejmuje ze trzy słowa	ma wyroki, sprawy, paragrafy, pobicia, chce wzbudzić tani spektakl, zaczyna od drobnych przestępstw, zgubił go nałóg, „jedynym daję złagodzić ból wódki szklanka, innym strzykawka albo sznurek i kłamka, ale to jest zbyt proste, to jest tchórzostwem, trzeba przetrwać zimę, żeby móc poczuć wiosnę”	ja		robił hajs nie zawsze czysty

Jednostka analizy: obraz świata						
Pojęcie analizowane	pole semantyczne pojęcia					
	określenia	asocjacje	opozycje	ekwiwalenty	działania	działania na
1	2	3	4	5	6	7
Ja	krzywy pysk, zły, wkurwiony, nie jestem wzorem, znam swoje wady, desperat, jestem libertynem, realista, jak narkotyk, jak antybiolek, mam moc, motywację do pracy, chęć do rozwoju, jestem prawdziwy, „teb pełen idei mam, jak dachy anten”, doceniony, stawiany, ja to twój przewodnik, wróg publiczny, krnąbrny, mam urok osobisty, duchowo mocny, dośladny, dokładny, fenomenalny, superunikalny, wieczny dzieciak, niezniszczalny, młody gniewny, ulicy król	chcę zostawić ślad po sobie, rozumiem bardzo wiele, „mieszkam w jednej z kamienic, gdzie tynek leży na ziemi”, gniew to mój motyw, na ulicy twarzę do patrzenia w twarz faktom, wychowywały mnie bloki, „taśka, kartka, czarna noc i ja — piszę i chcę jak najwięcej z życia”, ciągle w biegu, nie poddaję się zakrętom losu, mam swój styl i pogląd	inni	MC (Master of Ceremony)	komentuję rzeczywistość, przedstawiam ten świat takim, jakim go widzę, nawijam, piśzę, docieram do prawdy, pomagam bratu, bakam (palę zioło), opowiadam o tym, co jest chore, pierdolę wszystko, żyję intensywnie, chciałbym może zmienić tą muzyką ludzi, wbijam na salony, kocham, osiągnę swój cel, kpię z głupoty	
My	lojalni, tyse typy, wierni ideatom, normalne chłopaki, ze społecznych nizin, elita marginesu, element zepsutych dzielnic, nie jesteśmy święci, podwórkowi poeci, dzieci bram	skład [zespół muzyczny], środowisko hip-hopu, chłopaki z ulicy	oni, chuje zazdrośni, VIP-y	nasi, ziomale, MC-e, kumple, ja i moje ziomki, ferajna	uspieramy się, podnosimy na duchu, jaramy gibonki, „na ulicy, co krok, prawie co drugi blok, nadają nasze tracki, to miłe chłopaki”	

Życie	bezwzględne, wrogie, brutalne, czasami potrafi cieszyć, okrutne, ma mnóstwo zagadek, pełne iluzji, ciężkie, ma lata chude i tłuste, przegrane, kurewskie, Tour De Życie, boli, hardcore, często piękne, zachwyca, jest błogostawieństwem, pełne cierpienia i rozkoszy	gwałty, narkotyki, pospiech, twarde reguły, walka o przetrwanie, głupota, Euro, dolce i PLNY, zazdrość, bije, korpucja, niegospodarność, ideałów mało, członków niszczy, okrada, rządzi chciwość, plagi, podłości, każdy każdego tu rucha, Dżihad, brat brata sprze- da, wojna	ci, którzy odpadli	świat, los, rzeczywistość	stawia przeszkody, re-klamuje durne wzory, depcze wyobraźnię, daje kopa, płata lu- dziom figle	kocham je, biore pełną garścią
Ty (odbiorca)	nie jesteś sam	każdy ma iskrę, talent, nie przegraj, nie zmieniaj punktu widzenia, broń się, bij wrogów, weź się w garść, zbudź się, wsta- waj, musimy się zmierzyć ze światem, nie rezygnuj z marzeń w obawie przed przegraną, nie szukaj winnych, ciesz się tym, co masz, dodaj swemu życiu trochę kolorytu, baw się			dobijasz własną osobę, czekacie na tych parę dźwięków, tak się nie robi (wytudzasz pie- niądzę, udajesz kalekę, kłamiesz, by mieć spo- kój, bez pracy, ambicji, zaczepiałeś młodszych, zerwałeś z szyi pa- miątkę kobiecie)	

cd. aneksu 1

1	2	3	4	5	6	7
Wróg z branży muzycznej	leszcz, szuja, skurwiel, gnój, kurwa, jesteś prosta, gra na nokie, nie masz jaj; gryzie cię zazdrość, młokosie; estradowa miazga, poziom zero-działna sława, smutas, tająz, tchórz, kiepski mc, słaby emce, śmieć, brak ci pasji, talentu, hiphopolowiec	wykonawca hip-hopolo, karierowicz, pseudoraper, inny skład hip-hopowy, ślepa zazdrość; chce, bym gryzł piach	ziomal		kopiuje [plagiatuje], dąży po trupach do sławy, robi kicz; plecie, co ślina na język przyniesie; kładzie kłody, patrzy z zawistą na nasze logo	rugać bezlitosnie, dostoować [ostro krytykować], dam ci kurs rapu, oficjalne media biją im brawo
Pieniądze	dziwka, parszywe, bóg tego świata, hajs jest podstawą, narkotyki	ludzie dla tej jednej setki mogą ideały zgubić, „masz grubą portfel, to hajsem kupisz, ale kurwy, szmaty, dziwki”		hajs, zera, melony, kapucha, banknoty, mona, money, bejc, posag, flota, forsa, sos, kabona, pega, ściepa	rzadzą światem, „nawet najtwardszych zawodników zmienia w niewolników”	każdy je kocha
Policja	niebieskie palanty, arcykurwy, krawężnik, pierdoleni, mendy	chcą kopać dół pode mną	my	mundurowi	społeczeństwo traktują jak mięso, przypierdalają się za twarz; bili za to, że byli młodzi	HWDP [h... w d... poliej]
Politycy	przekupni, skitrani, debile, z górnej półki ciągną za sznurki, ci na stołkach	rzady koleś, w hierarchii pod nimi kurwy, ustalili zasady kopertami		posłowie, senatorowie	robią machloje, kradną, żyją w wygodach, podnoszą podatki, tną renty, pozbywają się kopalni, łamią wszystkie obietnice, dorywają się do koryta	

Jednostka analizy: ideal życia					
Pojęcie analizowane	pole semantyczne pojęcia				
	określenia	asocjacje	opozycje	ekwiwalenty	działania
Autentyczność		robić swoje, spełniać swoje marzenia, zabawa, być panem samego siebie, spełniać się w tym, co się lubi, melanz, „trawa, piwko i kobiety”, dżampreza, robić hip-hop, to, co się kocha, mieć zajawkę, biłem leczyć duszę, rymować, iść pod prąd, indywidualizm, joint	nudna praca		daje nieskończone możliwości
Prześlanie	bez ściemniania	doceniać niewierzących w siebie, dodawać wiary we własne siły, uczyć innych, opisywać zło, dawać nadzieję małolatom, wpływać na innych, pokolenia rosną na naszym zdaniu; zasiej prawdę, a niejeden dzieciak na niej wyrośnie	dawać zły przykład	misja	
Szacunek	zastużony	posiadanie zasad, autentyczność, oryginalność, lojalność, niezależność, bycie sobą, służyć prawdzie, pozostać niezmiennym, szczerość, bycie normalnym, liczy się szacunek ludzi ulicy, pokonanie swoich słabości, „od dziecka tu buduję swój szacunek”, grać czysto	komercjalizacja, sprzedać się, kopiować nie innych	poważanie w środowisku, dumą, wizerunek, budzić podziw	
Zaradność		robić to, co najlepiej komuś wychodzi, być wciąż lepszym, radzić sobie, „ręce mam po to, by zbudować życie na tym, po to mam oczy, żeby nie iść jak lunatyk”		wytrwałość	
Przyjaźń		nigdy nie zdradzić swoich, ludziom pomagać, nie zawieść swoich, wspierać tych, co w potrzebie, ziomek podał ci dłoń, kiedy byłeś na zakręcie			
Impreza		gouda [wódka], klub, bycie na bani, taniec, chłanie, granie, kurwy, odpał [upicie się], muzyka, whisky i grono bliskich		melanz, schadzka, laba, fiesta, party	

Jednostki analizy i ich pola semantyczne — dyskurs cooltury nastolatka (czasopisma)

Jednostka analizy: doświadczenie życia						
pole semantyczne pojęcia						
Pojęcie analizowane	określenia	asocjacje	opozycje	ekwiwalenty	działania	działania na
Tekst	udany, bezpieczny, nie jest dowodem miłości, nie powinien być sposobem od reagowania napięcia	pierwsza miłość, czepianie satysfakcji, wyrwanie chłopaka (dziewczyny), antykoncepcja, zabezpieczanie się, wymuszanie w imię uczucia, petting, masturbacja, „boję się pierwszego razu”, „ile żyją plemniki?“, czy: „[...] zarażę się podczas stosunku?“, „[...] globulki antykoncepcyjne stosuję się tak samo jak tampony?“, „[...] mógł mi przebić błonę dziewiczą? (nie doszło do współżycia, ale on penetrował palcem pochwe)“; „nie umiem obliczyć dni płodnych”	niechęć seksualna, cnota, nieśmiałość, nieuswiadomienie	pierwszy raz, współżycie		nie możesz zapomnieć o antykoncepcji; „odpakowaną globulkę trzeba na 10—15 minut przed stosunkiem włożyć do pochwy”
		blizny po trądziku, nierówny biust, nadwaga, doły, złamanie, koleżanki rozwijają się szybciej; jak: zdobyć tabletki antykoncepcyjne, odulec okres, zostać sławnym, piosenkarką, czy jako dziewczica moge używać tamponów, jako szatynka nie wiem, w jakich kolorach będzie mi najładziej; jestem: owłosiona jak facet, niska, mam suchą i brzydką cerę, nie mam chłopaka, nigdy nie miałam orgazmu; jak usunąć włosik nad górną wargą, czy od masturbacji będę bezpłodny; czy mogę usunąć znamie; czy herbalki ziołowe pomogą mi w odchudzaniu; dlaczego mój członek sztywnieje; nie cierpię swoich nóg; przestałem się interesować płcią przeciwną; boję się egzaminów; jak się całować, żeby się nie skompromitować		intymne sprawy		nie przejmuj się; zgłoś się do nauczyciela, lekarza; poza koleśkami jest tyle rzeczy do zrobienia; zajmij się nauką, przyjaciółmi, rodziną; zmień swoje nawyki; nie martw się — fantazje erotyczne nie są zbroczeniem
Problemy	ze sobą (ja)					

Problemy		z partnerem (także potencjalny lub eks)	
cienias, super kolo	nudna; ogląda seriale (♀); sport, piłkę nożną (♂); boję się zagadać, niechęśliwe zakochanie; chce ze mną chodzić, a ja nie; mój chłopak myśli ciągle o eks; jak mogę składować jego numer telefonu; jak się odkochać; tylko ja nie mam jeszcze dziewczyny, czy coś ze mną jest nie tak; moja dziewczyna nie okazuje mi uczuć; boję się, że chłopak znowu mnie zostawi; zakochałam się w starszym od siebie kuzynie; czy mogło dojść do zapłodnienia podczas kąpieli; oszalałam z miłości do Billa z TH; brak gotowości na współżycie; u mojego chłopaka podczas wytrysku pojawia się krew; chce się kochać z moją dziewczyną, a ona nie; domaga się seksu; robi mi uwagi; wyzywa mnie; ubliża mi; szantażuje mnie; denerwuje się, gdy czeszę się w kucyka		
	ból: przy inicjacji seksualnej, brzucha przed miesiączką, zawroty, krostki na penisie, guzek na piersi, zespół napięcia przedmiesiączkowego; boli mnie penis, jądra; jak schudnąć; nie chcę mieć szorstkich pięt; czy ja mam zylaki; czy mając na dżerkę mogę współżyć z chłopakiem; po kochaniu odczuwam ból wokół jajników; moja skóra na wzgórku łonowym się łuszczy; mam: podkrążone oczy, żółta wydzielina z pochwy po masturbacji	pytania intymne	gimnastyka, joga, dieta, tabletki antykoncepcyjne, (dobre na zespół napięcia przedmiesiączkowego), stosuj odpowiednie preparaty; musisz rozstać się ze słodyczami, pizzą, frytkami; spaceruj, pływaj; zgłoś się jak najszybciej do lekarza pierwszego kontaktu
zdrowotne		problemy sercowe	Korzystaj z wolności; jeszcze zdązysz mieć dziewczynę; nie rób czegoś, na co nie masz ochoty; uszanuj decyzję swojej dziewczyny

Jednostka analizy: obraz świata						
Pojęcie analizowane		pole semantyczne pojęcia				
	określenia	asocjacje	opozycje	ekwiwalenty	działania	działania na
1	2	3	4	5	6	7
	pozytywne: zadowolona, pewna siebie, trendy, szczerą, uczuciowa, wrażliwa, wesola, słodka, elegancka, zdyscyplinowana, nieodgadniona, zmysłowa, fascynująca, przyciągasz spojzenia, ładna buźka, pracowita, miła, kreatywna, wszechstronna, masz poczucie humoru, idealna, delikatna, romantyczna, otwarta, spokojna, taktowna, uśmiechnięta, pełna powa, kobieca, estetka, the best, sexy, lubisz wyróżniać się z tłumu, jesteś fanka; neutralne: zakrecona na maksiora, cwana, wybuchowa jak wulkan, uparciuch, realistka, skryta, beztroska, momentami bezczelna, chcesz mieć fajnego, normalnego chłopaka, chcesz, aby wszyscy kołesie ustawiali się w kolejce	inne osoby opisujące swoje problemy, kłopoty, pasje; zmagasz się z rodzinami, przeżywasz kłótnie, randki, spotkania towarzyskie, gwałt, zazdrość, ciążę, problemy zdrowotne	inni	twoje cechy (typ) osobowości, twoje predyspozycje	poszukuję plakatów, artykułów, zdjęć na temat gwiazdy; tej zimy skusisz go zakazanym owocem twoich błyszczących, rozświetlonych ust; marzysz o idealnej szkole, o miłości; zrób sobie psychotest: „Twoje szanse na miłość”, „Co On do ciebie czuje?”, „10 patentów na udaną randkę”, „Jak szybko się zakochujesz?”, „Jak dużo mężczyzny jest w Twoim bie, zastosuj dietę, poznaj własne bie... telefon?”, „Jak działasz na facetów?”, „Jak umiesz dochować tajemnicy?”, „Czy miłość ma przyszłość?”, „Dyrygent, narcyz czy partner?”, „Czego zazdrościsz ci inni?”, „Sprawdź, czy masz seksapil? (zostań kusicielką)”, „Kim jest dla ciebie przyjaciółka?”, „Jak dobrze znasz facetów?”, „Jaka jesteś naprawdę?”, „Na kogo chcesz polecieć?”,	Zazdrościsz ci, kumpele wciągają cię we wzajemną kłótnię, kumpel wziął się na ciebie; siebie samego: ćwicz, zmyłaj się, tonizuj, namierz krostę, porcijuj krem, przyjrzyj się sobie, zastosuj dietę, poznaj własne wady i zalety, zostań modelką, pobycz się, ćwicz pozytywne myślenie i pewnością siebie, weź aromatyczną kąpiel, spróbuj dostrzec w sobie coś, czego nie mają inni, panuj nad sobą

<p>do ciebie; negatywne: niedostępna babka, gruba, chuda, nerwus, choleryczka, próżna, nieobliczalna, zakompleksiona (masz piegi, przyszcze, małe/duże piersi, niski/wysoki wzrost, zadarty/duży nos, obgryzione paznokcie, kłopot w wystawianiem się, krzywe nogi, rude włosy, jękanie, dużą pupę, trudności z nauką, brak markowych ciuchów, przestarzały model komórki), obrażalska, kłótnica, złośnica, roztrzępana, uciążliwa, nieśmiała, monstrum</p>			<p>„Jaki typ koleś ci najbardziej pasuje?”, „W kim chciałabyś się zakochać?”, „Jaką jesteś singielką?”, „Odbić go, czy nie?”, „Który zwierzak do ciebie pasuje?”, „Jaki zapach do ciebie pasuje?”, „Jak działasz na innych?”, „Jak lubisz spędzać wakacje?”, „Czy lubisz się mścić?”, „Czy jesteś sexy?”, „Jakie żarełko ci pasuje?”, „Czy kręcą cię komplemen-ty?”, „Czy to prawdziwa love?”, „Jaki tytuł nosiłby film o tobie?”, „Zdarza ci się zdradzać?”, „Czy grozi ci się kupoholizm?”, „Jaki sport najbardziej do ciebie pasuje?”</p>	
<p>twarz miesiaca, ambitny, wrażliwy, z fantazją, lubi przegady na jedną noc, fa-jowy, najlepsze biodra show-biznesu, na maksa rozśpiewana, wystylizowani, przystojny, kocha swoje psiaki, ma świ- ra na jakimś punkcie, wróg narkotyków, ekscentryczny, uczuciowy, czadowy, skan- dalista, niepoprawna balo- wiczka, niewolnica nie-</p>	<p>koncerty, festiwale, kino, moda, spo- tkania, biografie, nowe płyty, skan- dale, „wpadki”, ta- show, plotki, ta- jemnice życia pry- watnego</p>	ty	<p>piosenkarze, aktorzy, ido- le (Avril La- vigne, US5, Mandaryna, Britney Spe- ars, Doda, Angelina Jolie, Tokio Hotel, Pink, Shakira, Blog 27, Eminem,</p>	<p>są uwielbiani, rozchwytywani, „zrobieni” [wy- stylizowani przez koncerty], pisk, wrzask, płacz, fanki oble- gają ich domy</p>

1	2	3	4	5	6	7
Gwiazdy	grzecznego wizerunku, sprytna, blondwłosa, kolorowa kukielka show-biznesu, umie się sprzedać, wyrafinowany catuśnik, supermani ekranu, lubi ryzyko, bajerant-uwodziciel, ciepłe kluchy, hollywoodzkie ciacho, z charyzmą, wrażliwy, z wdziękiem lalki Barbie, skromnisia, rozrabiaka, feministka, rodzinny, lubi adrenaline, kręci ich życie na maksa i kolekcjonowanie mocnych wrażeń, zuchwali, zabójczy, boska blondynka, pojechani			Hurt, Łzy, Cent, 50 Gorzki, Parris Hilton, Justyn Timberlake, Christina Aguilera)	cem), musi się wyszaleć, podbijają USA, wyznaczają nowe trendy, wyrabiają 200% normy, szokują, wpadają w depresję, pokazują nowe oblicze, dają czadu, wierzą w siebie, są na diecie, zakochują się, kupują ciuchy w Londynie, podpisuje serię butów Nike, szpera w Internecie, czyta książki, ostro bawuje, chodzi na terapię AA, cierpi na anoreksję, osiedla się w Europie, wykańcza swój organizm głodówkami, chodzą do szkoły, wychaczają statuetki, fundują sobie biżuterię w obu sutkach, starają się o dziecko, wkurzają ich durne zakazy, kłócą się z nauczycielem, mają kłopoty z dziewczynami, czekają cały rok na konie szkoły i letnie imprezki, mieszkają na walizkach, noszą sexy biżuterię, spędzają wakacje na Majorce, robi to, na co ma ochotę, za występ inkasuje 300 tys. dolarów	

Facet	pozytywne: Casanova, wrażliwy, przyjaciel, twar- dziel, bożyszcze, wulkan energii, błysk w oku, pięk- na twarz, kręci cię, pasjo- nat, świetny doradca, dys- kretny powiernik, seksow- ny, męski, powalający, czarujący, zajefajny, wy- śniony, tajemniczy, z do- brym gustem, naturalny, kładzie z bajki, z krwi i ko- ści, słodki; neutralne: posągowa figura, piękniś, kochliwy, macho, laleczka, aktywista, niepokojący, lu- zak; negatywne: zaborec, pustak, księciuń, narcyz, lansiarz, mięczak, baje- rant, kujon, głupek, ole- wus, przewidywalna ma- szyna o prostej konstrukcji, lizus, strachlak	jak go zdobyć, jak do niego podbić, randka	dziewo- ja, ko- biatka	ciasteczko, kolo, koleś, ciacho, ty- pek, gościek, towar, qm- pel	całuje, lawiruje, lansuje, zniewala, mówi tylko o piłce i nowej konsoli, spędza pod prysznicem od 20 min. do 1 h, pociesza mnie po nie- udanych kartówkach, po- malował mi pokój, nosi za- mnie ciężkie rzeczy, towarzy- szy mi nawet na zakupach	flirtowanie, wy- rywanie, wyha- czasz, rozkochu- jesz, porzucasz, łap go (obserwuj, zagadnij go, kuś imponuj mu, kuś i czaruj, wypytaj o niego, bądź o zawsze obok, za- proponuj coś), masz na niego ochotę
Dziewczy- na(y)		hobby		sarenka, towar- tania, towar	kocha brylanty, potrafi nie- źle namieszać, wydaje ful- kasy na zakupy, imprezuja, chodzą do kina, podrywają chłopaków	
Impreza	wypas, wyrąbista	zaproszenie koleś- marzeń, kietbasa z grilla, babski wieczór, minikana		melanż, im- pra, garden party, dy- mówka		

1	2	3	4	5	6	7
Impreza		peczki, owocowe drinki, kalambury, konkurs karaoke				
Szkoła	buda + nauczyciele = śmiechawka, nuda	zakochałam się w nauczycielu, zrobić modne urzędnice w szkolnych murach, przezywają mnie tam kujonem; co zrobić, aby polubili mnie nauczyciele; stres, strach, agresja				
Moda	cool, trendy, wygodna, zarąbista, doceni ją chłopak, orientalna, rockowa	wzór, w którym można paradować po ulicy; kosmetyki, legginsy, bielizna, plecaki, styl hippie, kowbojski, mini, szorty, nasyjnik, buty		look, styl, trendy, top, stajl	wylansuje nas, harmonizuje z opalenizną, podkreśla urodę, wyszczupla	
Rodzice	nadopiekuńczy, nietolerancyjni, kontrolujący	alkohol, bycie na gigancie, macocha (ojczym), kłótnie, konflikt pokoleń	ty	starzy	negatywne: szantażują mnie, nie dają mi kieszonkowego, nie pozwalają mi na wiele rzeczy, traktują mnie jak przedszkolaka, nie akceptują mojego wyglądu, nie lubią moich przyjaciół, czytają moje listy i maile, ufać	trzeba ich stuchać, bo odpowiadają za nas; znaleźć sposób na rodzica (okazać szacunek; pokazać że mogą ci zaufać)

Przyja- ciółki		ploty, uroda, jedno- no		psiapsiota, qumpela, kumpela	mama ciągle mnie kontrolu- je, nie pozwala mi golić nóg; pozytywne: nie chcą dla cie- bie złe; często ostro przesa- dzają, ale ich intencje są do- bre; kochają cię	nie ma dla mnie czasu, po- doba jej się ten sam chłopak, ma przede mną tajemnice	walcz o przysiąść o waszą

Jednostka analizy: ideal życia						
Pojęcie analizowane	pole semantyczne pojęcia					
	określenia	asocjacje	opozycje	ekwiwalenty	działania	działania na
1	2	3	4	5	6	7
Odpowiednie ciało	piękne, szczupłe, fajne, trendy, wydepilowane, modne, w normie, bez obciachu, cool, oształmiałące; co jest „in” a co „out”; zdrowe, aktywne, jędrne, romantyczne, fajowskie, kształtne, gładkie, bez zbędne-go owłosienia, świeże, aksamiitne, spoks, naturalne, lśniące, słodkie, magiczne	pierś, fryzura (włosy), nogi, maseczka, make-up (make-up oczu, ust, policzków), stopy, cera, skóra, styl, ubiór, kosmetyki, stylizacja, 3 patenty na boską pupę, dieta, paznokcie	wnętrze, dusza, intelekt	wygląd, uroda, ładna sylwetka	podoba się, uwodzi, wygląda, prezentuje się, potrzebuje opieki, powala wszystkich na kolana, uwydatnia, 3ma formę, zachowuje linię	depilowanie, pielęgnowanie, perfumowanie, nawilżanie, zmiękanie, oczyszczanie, peeling, mallowanie, operowanie, odsysanie tłuszczu (liposukcja), korekta, powiększanie, pomniejszanie, poddaje się metamorfozie, piercing
Miłość	prawdziwa, wakacyjna, szkolna, najwężniejsza w życiu, nieoczekiwana, gorąca, sympatyczna, skryta, po uszy, mrowienie w sercu	przygoda, randka, łowy, gra (1. zajmowanie pozycji 2. nagonka 3. do ataku 4. ustrzelony superkoleś; namierz cel, wyznacz kierunek i ztap w sieć swojego wymarzonego), intryga (odbijanie komuś part-nera), doświadczenie, bycie powiernikiem, częste mówienie „ko-	zauroczenie	namiętność, love, romans, ona i on, związek, uczucie, zabijanie, gruchanie	uzdalnia do kompromisów, poświęceń, na jego widok pikawa wyskakuje ci uszami z piersi, zdarza ci się posolić herbatę, stosujesz drakońską dietę, wydajesz fortunę na tipsy, solarium, dajesz kozie mleko do kąpieli	powalcz o nią, nie szukaj na siłę — daj się znaleźć (bywaj w miejscach, gdzie jest dużo ludzi, w kinach, w dyskotekach, klubach sportowych)

„Twoj pierwszy raz” (seks)	intymny, z uczuciem, świadomy, wakacyjna zachcianka, ważna życiowa decyzja, poważna sprawa	cham”, dawanie drobnych prezentów; rozweselanie, gdy sympatia jest w podłym nastroju; flirtowanie, łowy, pocałunek („tak kończą się fotostories”), przytulenie, długie rozmowy	ustrzeżliwość	rozpoczęcie współpracy	masz prawo powiedzieć „nie” (♀); przywiązujesz większą wagę do seksu, ale nie śpiesz się (♂); masz dopiero 14 lat, to za mało, aby stworzyć dojrzały związek; przemysł to; nie podejmuj decyzji pod czyimkolwiek naciskiem; podczas pierwszego razu chłopak powinien być dla swojej partnerki wyjątkowo czuły; nie nalegaj, bądź cierpliwy i nie pośpieszaj jej
Coś, co warto mieć, nosić, czytać, obejrzeć	nowy, skuteczny, bajer, samo zdrowie, wodoodporny, bezbłędny, zgrabny, odłotowy, duża dawka nowoczesnego stylu i wygody	bielizna, komórka, dżem, perfumy, pad komputerowy, odtwarzacz mp3, napój energetyczny, „Piotruś Pan i Wendy” Barrieego, gra		gadżet	odbudowują ułoty, dają energii, przepetnia świeżością i zmysłowością, nawilża; sprawi, że będziesz zdrowszy; eliminują uczucie znu-

cd. a n e k s u 2

1	2	3	4	5	6	7
Coś, co warto mieć, nosić, czytać, obedy-		<i>Eragon, ciuch firmy Cropp, kamera, 5 tys. do wydania w salonie..., kolczyk w górnej wardze, Alpinus, an-tytrądzikowe mleczko</i>			<i>żenia, poprawiają kon-contrację</i>	

Bibliografia

- Adamski F., Pióro M., 1999: *Czasopisma młodzieżowe wobec chrześcijańskiej wizji ludzkiej płciowości*. W: *Edukacja, rodzina, kultura*. Red. F. Adamski. Kraków.
- Aldridge A., 2006: *Konsumpcja*. Przeł. M. Żakowski i in. Warszawa.
- Babbie E., 2004: *Badania społeczne w praktyce*. Przeł. W. Bętkiewicz i in. Warszawa.
- Baudrillard J., 2005: *Symulakry i symulacja*. Przeł. S. Królak. Warszawa.
- Bauman Z., 1998: *Prawodawcy i tłumacze*. Warszawa.
- Bauman Z., 2000: *Ponowoczesna szkoła życia*. W: *Alternatywy myślenia o/dla edukacji*. Red. Z. Kwieciński. Warszawa.
- Bauman Z., 2006: „Ja” ze sklepowej półki. „Dziennik” z dn. 12 czerwca.
- Beck U., 2002: *Spółczesność ryzyka*. Przeł. S. Cieśla. Warszawa.
- Benedykt XVI, 2006: *Encyklika „Deus caritas est” Ojca Świętego Benedykta XVI*. Katowice.
- Berger P.L., 2000: *Zaproszenie do socjologii*. Przeł. J. Stawiński. Warszawa.
- Bernasiewicz M., 2005: *Czy hip-hopowców należy resocjalizować?* „Auxilium Sociale — Wsparcie Społeczne”, nr 2.
- Bielak T., 2006: *Z archiwum śląskiego hip-hopu*. „Opcje”, nr 1.
- Bielik-Robson A., 2000: *Inna nowoczesność. Pytania o współczesną formułę duchowości*. Kraków.
- Biernat T., 2006: *Spółeczno-kulturowe uwarunkowania światopoglądu młodzieży w okresie transformacji*. Toruń.
- Bobrowska E., 1999: *Nowe pisma młodzieżowe a wychowanie*. W: *Wychowanie na rozdrożu. Personalistyczna filozofia wychowania*. Red. F. Adamski. Kraków.
- Bolińska M., 2006: *Prymat obrazka, czyli rola mediów audiowizualnych w upowszechnianiu kultury (z punktu widzenia współczesnej szkoły)*. W: *Kultura popularna w szkole. Pobłażliwe przyzwolenie czy auten-*

- tyczny dialog. Red. B. Myrdzik, M. Latoch-Zielińska. Lublin.
- Bruner J., 2006: *Kultura edukacji*. Przeł. T. Brzostowska-Tereszkiewicz. Kraków.
- Bugajski L., 2006: *Seks, druk i rock and roll*. Warszawa.
- Chąlas K., 2005: *Strategie zapobiegania marginalizacji kultury wsi*. W: *Kultura grup mniejszościowych i marginalnych*. Red. L. Dyczewski. Lublin.
- Cieciuch J., 2007: *Relacje między systemami wartości a przekonaniem światopoglądowym w okresie dorastania*. Warszawa.
- Clark D., 2004: *The Death and Life of Punk, the Last Subculture*. In: *The Post-subcultures Reader*. Eds. D. Muggleton, R. Weinzierl. Oxford, New York.
- Czapów Cz., 1980: *Wychowanie resocjalizujące*. Warszawa.
- Dijk van T.A., 2001: *Badania nad dyskursem*. W: *Dyskurs jako struktura i proces*. Red. T.A. van Dijk. Warszawa.
- Dilthey W., 1982: *Pisma estetyczne*. Przeł. K. Krzemieniowa. Warszawa.
- Dilthey W., 1987: *O istocie filozofii i inne pisma*. Przeł. E. Paczkowska-Łagowska. Warszawa.
- Domański H. i in., red., 1999: *Encyklopedia socjologii*. Warszawa.
- Domański H., 2000a: *Hierarchie i bariery społeczne w latach dziewięćdziesiątych*. Warszawa.
- Domański H., 2000b: *Wzrost merytokracji i nierówności szans*. W: *Jak żyją Polacy*. Red. H. Domański, A. Ostrowska, A. Rychar. Warszawa.
- Domański H., 2002: *Ubóstwo w strukturze społecznej w Bułgarii, Polsce, Rumunii, Słowacji i na Węgrzech*. „Kultura i Społeczeństwo”, nr 4.
- Dyczewski L., 1995: *Kultura polska w procesie przemian*. Lublin.
- Eco U. oraz Rorty R., Culler J., Brooke-Rose Ch., 1996: *Interpretacja i nadinterpretacja*. Przeł. T. Bieroń. Kraków.
- Eco U., 1999: *Semiologia życia codziennego*. Przeł. J. Ugniewska, P. Salwa. Warszawa.
- Ejsmont M., Kosmalska B., 2005: *Media, wartości, wychowanie*. Kraków.
- Eliawa J., 2004: *Filozof wolności*. „Gazeta Wyborcza” z dn. 21–22 sierpnia.
- Elliot A., 2007: *Koncepcje „Ja”*. Przeł. S. Królak. Warszawa.
- Encyklopedia popularna*, 1999. Warszawa.
- Fatyga B., Fluderska G., Wertenstein-Żuławski J., 1994. „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze”, nr 4.
- Fatyga B., Sierosławski J., 1999: *Uczniowie i nauczyciele o stylach życia młodzieży i narkotykach. Raport z badań jakościowych*. Warszawa.
- Fiebig J., 2001: *Ogólna charakterystyka oddziaływania mediów masowych*. W: *Wyzwania pedagogiki medialnej — nowe perspektywy XXI wieku*. Red. M. Sokołowski. Olsztyn.

- Foucault M., 1995: *Historia seksualności*. Przeł. B. Banasiak, T. Komendant, K. Matuszewski. Warszawa.
- Foucault M., 2002: *Porządek dyskursu*. Przeł. M. Kozłowski. Gdańsk.
- Gadamer H.-G., 1993: *Koło jako struktura rozumienia*. W: *Wokół rozumienia. Studia i szkice z hermeneutyki*. Red. T. Gadacz. Kraków.
- Gajda J., 2004: *Współczesne trwanie i rozwój pedagogiki kultury — rodowód, założenia filozoficzne i metodologiczne, etapy rozwoju, stan aktualny*. „Rocznik Pedagogiczny”, T. 27.
- Gajda J., 2005: *Kultura globalna podstawą współczesnej paideii*. „Pedagogika Kultury”, T. 1.
- Gajda J., 2007: *Media w edukacji*. Kraków.
- Gałuszka M., 1996: *Między przyjemnością a rytuałem. Serial telewizyjny w kulturze popularnej*. Łódź.
- Gara J., 2005: *Filozoficzne konteksty teorii i praktyki pedagogicznej*. „Kwartalnik Pedagogiczny”, nr 2.
- Geertz C., 1996: *O gatunkach zmaconych (nowe konfiguracje myśli społecznej)*. W: *Postmodernizm. Antologia przekładów*. Red. R. Nycz. Kraków.
- Giddens A., 2001: *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*. Przeł. A. Szulżycka. Warszawa.
- Giddens A., 2006: *Przemiany intymności. Seksualność, miłość i erotyzm we współczesnych społeczeństwach*. Przeł. A. Szulżycka. Warszawa.
- Gnitecki J., 1996: *Elementy metodologii badań w pedagogice hermeneutycznej*. Zielona Góra.
- Goban-Klas T., 2005a: *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*. Warszawa.
- Goban-Klas T., 2005b: *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa.
- Godlewski G., 2003: *Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*. Warszawa.
- Golka M., 2007: *Socjologia kultury*. Warszawa.
- Gombrowicz W., 1988: *Dzienniki 1961—1966*. T. 9. Kraków.
- Gromkowska A., 2002: *Kobiecość w kulturze globalnej. Rekonstrukcje i reprezentacje*. Poznań.
- Grzelak Sz., 2006: *Profilaktyka ryzykownych zachowań seksualnych młodzieży. Aktualny stan badań na świecie i w Polsce*. Warszawa.
- Grzymała-Kazłowska A., 2004: *Socjologicznie zorientowana analiza dyskursu na tle współczesnych badań nad dyskursem*. „Kultura i Społeczeństwo”, nr 1.
- Gurycka A., 1991: *Światopogląd młodzieży*. Warszawa.
- Hessen S., 1933—1934: *Istota i znaczenie poglądu na świat*. „Kultura i Wychowanie”, R. 1, z. 1.
- Hessen S., 1934: *Pogląd na świat i pedagogika*. „Kultura i Wychowanie”, R. 1, z. 2.
- Ineichen H., 1993: *Hermeneutyka jako teoria wykładni tekstów*. W: *Wokół rozumienia. Studia i szkice z hermeneutyki*. Red. T. Gadacz. Kraków.

- Izdebski Z., 2001: *Zachowania seksualne młodzieży*. „Remedium”, nr 6 (100).
- Izdebski Z., Ostrowska A., 2004: *Seks po polsku. Zachowania seksualne jako element stylu życia Polaków*. Warszawa.
- Jacob G., 2001: *Wywiad narracyjny w badaniach biograficznych*. W: *Jakościowe orientacje w badaniach pedagogicznych*. Red. D. Urbaniak-Zajac, J. Piekarski. Łódź.
- Jacyno M., 2007: *Kultura indywidualizmu*. Warszawa.
- Jakubowski W., 2000: *Muzyka popularna i edukacja, czyli „wszystko jest jazzem”*. „Teraźniejszość — Człowiek — Edukacja”, nr 1 (09).
- Jakubowski W., 2006: *Edukacja w świecie kultury popularnej*. Kraków.
- Jankowski Dz., 2006: *Pedagogika kultury. Studia i koncepcje*. Kraków.
- Jenkins H., 2007: *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*. Przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak. Warszawa.
- Jenks Ch., 2005: *Subculture. The Fragmentation of the Social*. London.
- Jędrzejewski M., 2002: *Od subkultur klasycznych do medialnych*. „Remedium”, nr 10.
- Juszczyk S., 2001: *Człowiek w świecie elektronicznych mediów*. W: *Wyzwania pedagogiki medialnej — nowe perspektywy XXI wieku*. Red. M. Sokołowski. Olsztyn.
- Kaleta J., Mizera-Skrzyńska E., 2005: *Poradnik dla nauczycieli — zasady postępowania z dziećmi i młodzieżą*. Katowice.
- Kamiński A., 1974: *Metoda, technika, procedura badawcza w pedagogice empirycznej*. W: *Metodologia pedagogiki społecznej*. Red. R. Wroczyński, T. Pilch. Wrocław.
- Kamiński A., 1978: *Studia i szkice pedagogiczne*. Warszawa.
- Karwatowska M., 2006: „Gazetowa” dziewczyna. *Wybrane elementy wizerunku nastolatki w czasopiśmie młodzieżowych*. W: *Kultura popularna w szkole. Pobłażliwe przyzwolenie czy autentyczny dialog*. Red. B. Myrdzik, M. Latoch-Zielińska. Lublin.
- Kawula S., 1992: *Pedagogika społeczna w systemie nauk pedagogicznych*. W: *Pedagogika społeczna u schyłku XX wieku*. Red. A. Radziejewicz-Winnicki. Katowice.
- Kawula S., 2002: *Pedagogika społeczna na koniec XX wieku*. „Pedagogika Społeczna”, nr 1.
- Kawula S., 2004: *Współczesne wyzwania i zadania pedagogiki społecznej*. „Auxilium Sociale — Wsparcie Społeczne”, nr 2.
- Kierkegaard S., 1976: *Albo — albo*. T. 2. Warszawa.
- Kifer U., 2005: *Zmiany dają młodość*. „Press”, nr 7.
- Klein G., 2004: *Image, Body and Performativity: The Constitution of Subcultural Practice in the Globalized World of Pop*. In: *The Post-subcultures Reader*. Eds. D. Muggleton, R. Weinzierl. Oxford, New York.
- Klein N., 2004: *No Logo*. Przeł. H. Pustuła. Izabelin.
- Kłosiński M., 1994: *Semantyczna analiza pojęć „bezrobocie” i „bezrobotny” („bezrobotni”) w wypowiedziach prasowych*. „Kultura i Społeczeństwo”, nr 3.

- Kłoskowska A., 2005: *Kultura masowa*. Warszawa.
- Kołodziej J., 2000: *Dobro, zło i inne wartości w czasopiśmie młodzieżowych*. „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1—2.
- Konecki K., 2000: *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*. Warszawa.
- Kopczyńska M., 2000: *Z popu król — muzyka nastolatków*. W: *Nastolatki i kultura w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych*. Red. A. Przecławska, L. Rowicki. Warszawa.
- Kossowski P., Świerczyńska-Jelonek D., 2007: *Kontakty kulturalne dzieci i młodzieży — przemiany i uwarunkowania. Kilka słów o badaniach płockich*. „Kwartalnik Pedagogiczny”, nr 1 (203).
- Kotłowski K., 1968: *Filozofia wartości a zadania pedagogiki*. Wrocław—Warszawa—Kraków.
- Kowalczyk I., Zierkiewicz E., 2002: *Czytanie kobiety z prasy kobiecej. Dyskursy w pismach nowoczesnych*. W: *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*. Red. W. Jakubowski, E. Zierkiewicz. Kraków.
- Krajewski M., 2005: *Kultury kultury popularnej*. Poznań.
- Krüger H.-H., 2005: *Wprowadzenie w teorie i metody badawcze nauk o wychowaniu*. Przeł. D. Sztobryn. Gdańsk.
- Krzykała F., 1997: *Wprowadzenie do metod i technik socjologii gospodarczej*. Koszalin.
- Kuderowicz Z., 1966: *Światopogląd a życie u Diltheya*. Warszawa.
- Kurzępa J., 2007: *Zagrożona niewinność. Zakłócenia rozwoju seksualności współczesnej młodzieży*. Kraków.
- Kusio U., 2003: *Środki masowego komunikowania*. W: *Socjologia kultury. Zarys zagadnień*. Red. M. Filipiak. Lublin.
- Kwieciński Z., 1999: *Nowe potrzeby i kierunki zmian kształcenia pedagogów i nauczycieli*. W: *Tradycja i wyzwania. Edukacja — niepodległość — rozwój*. Red. K. Paćławska. Kraków.
- Kwieciński Z., 2000: *Pedagogika i edukacja wobec wyzwania kryzysu i gwałtownej zmiany społecznej*. W: *Alternatywy myślenia o/dla edukacji*. Red. Z. Kwieciński. Warszawa.
- Kwieciński Z., 2007: *Miedzy patosem a dekadencją. Studia i szkice socjopedagogiczne*. Wrocław.
- Landgrebe L., 1993: *Rozumienie w naukach o duchu*. W: *Wokół rozumienia. Studia i szkice z hermeneutyki*. Red. T. Gadacz. Kraków.
- Lawson T., Garrod J., eds., 2003: *Complete A—Z Sociology Handbook*. London.
- Leoński J., 1987: *Drogi życiowe i świadomość społeczna robotników polskich*. Warszawa—Poznań.
- Lepa A., 2003: *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*. Łódź.
- Leppert R., 2005: *Tożsamość młodzieży w społeczeństwie naśladowczym*. W: *Młodzież wobec (nie)gościnnej przyszłości*. Red. R. Leppert, Z. Melosik, B. Wojnar. Wrocław.

- Lisowska-Magdziarz M., 2003: *Barbie wyrusza do pokonsumpcji (i nie ma przy sobie gotówki). Trening postaw konsumpcyjnych w magazynach ilustrowanych dla dzieci*. W: *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*. Red. M. Bogunia-Bobrowska. Kraków.
- Lizut M., 2003: *Punk rock later*. Warszawa.
- Łaciak B., 2005: *Obyczajowość polska czasu transformacji, czyli wojna postu z karnawalem*. Warszawa.
- Łęcki K., 2004: *Konserwatyzm w (jak zwykle) trudnych czasach*. „Opcje”, nr 3.
- Łobocki M., 1999: *Wprowadzenie do metodologii badań pedagogicznych*. Kraków.
- Łobocki M., 2003: *Metody i techniki badań pedagogicznych*. Kraków.
- Mandal E., 2003: *Kobiecość i męskość. Popularne opinie a badania naukowe*. Warszawa.
- Marody M., 1987: *Technologie intelektu. Językowe determinanty wiedzy potocznej i ludzkiego działania*. Warszawa.
- Maszczyk D., Radziejewicz-Winnicki A., 1999: *Metody badań w naukach społecznych*. Katowice.
- Melosik Z., 1995a: *Postmodernistyczne kontrowersje wokół edukacji*. Toruń—Poznań.
- Melosik Z., 1995b: *Współczesne amerykańskie spory edukacyjne (między socjologią edukacji a pedagogiką postmodernistyczną)*. Poznań.
- Melosik Z., 1996a: *Rap, walka o znaczenie i pedagogika*. „Kultura Współczesna”, nr 1—2.
- Melosik Z., 1996b: *Tożsamość, ciało i władza. Teksty kulturowe jako (kon)teksty pedagogiczne*. Poznań—Toruń.
- Melosik Z., 2000: *Edukacja i przemiany kultury współczesnej (czyli teoria ponowoczesna jest pedagogice potrzebna)*. W: *Alternatywy myślenia o/dla edukacji*. Red. Z. Kwieciński. Warszawa.
- Melosik Z., 2002a: *Kryzys męskości w kulturze współczesnej*. Poznań.
- Melosik Z., 2002b: *Młodzież w kulturze współczesnej. Paradoksy pop-tożsamości*. W: *Pedagogika i edukacja wobec nowych wspólnot i różnic w jednoczącej się Europie*. Red. E. Malewska, B. Śliwerski. Kraków.
- Melosik Z., 2004a: *Kultura popularna jako czynnik socjalizacji*. W: *Pedagogika. Podręcznik akademicki*. Red. Z. Kwieciński, B. Śliwerski. T. 2. Warszawa.
- Melosik Z., 2004b: *Pedagogika pragmatyzmu*. W: *Pedagogika. Podręcznik akademicki*. Red. Z. Kwieciński, B. Śliwerski. T. 1. Warszawa.
- Melosik Z., 2005a: *Mass media, edukacja i przemiany kultury współczesnej*. „Pedagogika Mediów”, nr 1.
- Melosik Z., 2005b: *Młodzież a przemiany kultury współczesnej*. W: *Młodzież wobec (nie)gościnnej przyszłości*. Red. R. Leppert, Z. Melosik, B. Wojnar. Wrocław.
- Melosik Z., Szkudlarek T., 1998: *Kultura, tożsamość i edukacja. Migotanie znaczeń*. Kraków.

- Milerski B., 2004: *Pedagogika kultury*. W: *Pedagogika. Podręcznik akademicki*. Red. Z. Kwieciński, B. Śliwerski. T. 1. Warszawa.
- Misch G., 1993: *Dilthey: myśl i dzieło*. W: *Wokół rozumienia. Studia i szkice z hermeneutyki*. Red. T. Gadacz. Kraków.
- Morawska I., 2006: *Popularne teksty kultury na lekcjach języka polskiego we współczesnej szkole*. W: *Kultura popularna w szkole. Pobłażliwe przyzwolenie czy autentyczny dialog*. Red. B. Myrdzik, M. Latoch-Zielińska. Lublin.
- Mrozowski M., 1991: *Między manipulacją a poznaniem człowieka w świecie mass mediów*. Warszawa.
- Mrozowski M., 2001: *Media masowe: władza i rozrywka i biznes*. Warszawa.
- Muggleton D., 2004: *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*. Przeł. A. Sadza. Kraków.
- Muggleton D., Weinzierl R., eds., 2004: *The Post-subcultures Reader*. Oxford, New York.
- Nosowski Z., 2006: *Pokolenie JP II — inaczej*. „Tygodnik Powszechny”, nr 15, 9 kwietnia.
- Nowa encyklopedia powszechna PWN*, 1996. T. 6. Warszawa.
- Nowak S., 1965: *Metody badań socjologicznych*. Warszawa.
- Nowakowski P.T., 2004: *Modele człowieka propagowane w wybranych czasopiśmie młodzieżowych. Analiza antropologiczno-etyczna*. Tychy.
- Nycz R., 2006: *Realistyczny, fantastyczny, ironiczny, alegoryczny, ...* „Tygodnik Powszechny”, nr 15, 9 kwietnia.
- Okoń W., 2004: *Nowy słownik pedagogiczny*. Warszawa.
- Ostrowska U., 2000: *Dialog w pedagogicznym badaniu jakościowym*. Kraków.
- Paczkowska-Łagowska E., 2000: *Logos życia. Filozofia hermeneutyczna w kregu Wilhelma Diltheya*. Gdańsk.
- Pädagogische Enzyklopädie*, 1963. VED Deutscher Verlag der Wissenschaften, Berlin.
- Palczyński T., 1997: *Kontestacja. Formy buntu we współczesnym społeczeństwie*. Kraków.
- Pawlak R., 2004: *Polska kultura hip-hopowa*. Poznań.
- Pietrasik Z., 2006: *Jestem obcy. Rozmowa z Krzysztofem Zanussi*. „Polityka”, nr 29, 22 lipca.
- Piróg T., 2006: *Młodzież w Polsce. Analiza przekazów młodzieżowych obecnych w polskiej kulturze na przykładzie debaty młodych w „Gazecie Wyborczej” (styczeń—marzec 2004)*. Kraków.
- Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu*, 1971. Poznań—Warszawa.
- Pokorna-Ignatowicz K., Lisowska-Magdziarz M., Sławińska T., 2000: *Korzystanie z mediów masowych przez gimnazjalistów*. W: *Media a edukacja*. Red. W. Strykowski. Poznań.
- Polhemus T., 1997: *In the Supermarket of Style*. In: *The Clubcultures Reader*. Ed. S. Redhead. Oxford.

- Przećławska A., 2006: *Kilka refleksji zamiast wstępu*. W: *Absolwent pedagogiki dziś. Perspektywa teorii i praktyki pedagogiki społecznej*. Red. E. Kozdrowicz, A. Przećławska. Warszawa.
- Pułka L., 2004: *Kultura mediów i jej spektakle na tle przemian komunikacji społecznej i literatury popularnej*. Wrocław.
- Radziewicz-Winnicki A., 1999: *Modernizacja niedostrzegalnych obszarów rodzimej edukacji*. Kraków.
- Radziewicz-Winnicki A., 2001: *Oblicza zmieniającej się współczesności. Szkice z pedagogiki społecznej, etnologii edukacyjnej i socjologii transformacji*. Kraków.
- Radziewicz-Winnicki A., 2004: *Spółeczeństwo w trakcie zmiany*. Gdańsk.
- Radziewicz-Winnicki A., Roter A., 2006: *Dookreślenie funkcji pedagoga w warunkach permanentnej transformacji*. W: *Absolwent pedagogiki dziś. Perspektywa teorii i praktyki pedagogiki społecznej*. Red. E. Kozdrowicz, A. Przećławska. Warszawa.
- Richardson J., 2005: *Youth and Culture*. Lancashire.
- Robin R., 1980: *Badanie pól semantycznych: doświadczenia Ośrodka Leksykologii Politycznej w Saint-Cloud*. W: *Język i społeczeństwo*. Oprac. M. Głowiński. Warszawa.
- Rychła J., 2005: *Ucieczka. Bunt. Twórczość. Subkultura hip-hopowa w poszukiwaniu autentycznego stylu życia*. Kraków.
- Seręga Z., 2005: *Wczoraj na wsi, dzisiaj w metropolii. Studiująca młodzież pochodzenia chłopskiego o swojej rodzinie i społeczności lokalnej*. W: *W obliczu zmiany: wybrane strategie działania mieszkańców polskiej wsi*. Red. K. Gorlach, G. Forysta. Kraków.
- Siemieńska R., 2004: *Od wartości postmaterialistycznych do materialistycznych — casus Polski*. W: *Zmiana czy stagnacja?* Red. M. Marody. Warszawa.
- Sills D.L., ed., 1968: *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Vol. 3. The Macmillan Company and The Free Press.
- Sobol E., red., 2002: *Słownik wyrazów obcych*. Warszawa.
- Sołtysiak T., 2004: *Współczesne podkultury młodzieżowe i ich przejawy nie akceptowane społecznie*. W: *Profilaktyka i resocjalizacja młodzieży*. Red. F. Kozaczuk, B. Urban. Rzeszów.
- Staszewski W., 2004: *Magister hip-hop*. „Gazeta Wyborcza”, z dn. 3—4 stycznia.
- Storey J., 2003: *Studia kulturowe i badania kultury popularnej. Teorie i metody*. Przeł. J. Barański. Kraków.
- Strinati D., 1998: *Wprowadzenie do kultury popularnej*. Przeł. J.W. Burszta. Poznań.
- Styk J., 2005: *Marginalizacja kulturowa mieszkańców wsi*. W: *Kultura grup mniejszościowych i marginalnych*. Red. L. Dyczewski. Lublin.
- Suchodolski B., red., 1966: *Nauki filozoficzne współdziałające z pedagogiką*. Warszawa.

- Syrek E., 1987: *Wychowanie jako przedmiot analiz pedagogiki społecznej i socjologii wychowania*. Katowice.
- Szacki J., 2004: *Historia myśli społecznej*. Warszawa.
- Szafraniec K., 2005: *Społeczny potencjał młodości a procesy transformacji systemowej. Z perspektywy społecznego usytuowania młodego pokolenia wsi*. W: *W obliczu zmiany: wybrane strategie działania mieszkańców polskiej wsi*. Red. K. Gorlach, G. Forysta. Kraków.
- Szkudlarek T., 1993: *Wiedza i wolność w pedagogice amerykańskiego postmodernizmu*. Kraków.
- Szlendak T., 2004: *Supermarketyzacja. Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej*. Wrocław.
- Sztompka P., 2002: *Socjologia*. Kraków.
- Sztumski J., 1999: *Wstęp do metod i technik badań społecznych*. Katowice.
- Szulz M., Kalka D., 2004: *Obraz subkultury hip-hopowej widziany oczami jej uczestników*. W: *Motywy, cele, wartości. Przyczynek do zrozumienia stanu ducha i stanu umysłu współczesnych Polaków*. Red. E. Martynowicz. Kraków.
- Szuman S., 1933—1934: *Światopoglądowe cierpienia młodzieży*. „Kultura i Wychowanie”, R. 1, z. 1.
- Szwarc M., 2005: *Szkolenia z orgazmu*. „Gazeta Wyborcza”, dodatek „Wysokie Obcasy”, z dn. 17 grudnia.
- Śliwerski B., 1998: *Współczesne teorie i nurty wychowania*. Kraków.
- Śliwerski B., 2002: *Dziecko jako centralna postać pedagogiki i zmiany społecznej (na przykładzie trzech podejść do socjalizacji i wychowania dziecka)*. W: *Pedagogika i edukacja wobec nowych wspólnot i różnic w jednoczącej się Europie*. Red. E. Malewska, B. Śliwerski. Kraków.
- Śliwerski B., 2003: *Analiza prądów wychowania według Karola Kołłowskiego na tle porównawczym*. W: *Idee pedagogiki filozoficznej*. Red. S. Sztobryn, B. Śliwerski. Łódź.
- Śliwerski B., 2007: *Pedagogika dziecka. Studium pajdocentryzmu*. Gdańsk.
- Świda-Ziemba H., 1999: *Wartości egzystencjalne młodzieży lat dziewięćdziesiątych*. Warszawa.
- Świda-Ziemba H., 2005: *Młodzi w nowym świecie*. Kraków.
- Świda-Ziemba H., 2006: *Młodzież nie lubi Giertycha, ale nie zrobi rewolucji, żeby go obalić*. „Dziennik” z dn. 31 maja.
- Tarnowski J., 2001: *Dialog dylematyczny wobec wyzwań postmodernizmu*. W: *Nowe konteksty (dla) edukacji alternatywnej XXI wieku*. Red. B. Śliwerski. Kraków.
- Tatarkiewicz W., 2001: *Historia filozofii*. T. 3. Warszawa.
- Taylor Ch., 2001: *Źródła podmiotowości*. Przeł. M. Gruszczyński i in. Warszawa.
- Taylor Ch., 2002: *Etyka autentyczności*. Przeł. A. Pawelec. Kraków.
- Tillmann K.-J., 2005: *Teorie socjalizacji. Społeczność, instytucja, upodmiotowienie*. Przeł. G. Bluszczyński, B. Miracki. Warszawa.

- Trutkowski C., 2004: *Wybór czy konieczność — o potrzebie wykorzystania analizy dyskursu w socjologii*. „Kultura i Społeczeństwo”, nr 1.
- Turner J.H., 2004: *Struktura teorii socjologicznej*. Przeł. G. Woroniecka i in. Warszawa.
- Varga K., 1999: *2000 — pokolenie czy pollena*. W: *Młodzi końca wieku. Pokolenie 2000 czy pokolenie '89. Dzieci wolnego rynku czy blokery — artykuły z „Gazety Wyborczej”*. Red. M. Piasecki. Warszawa.
- Vattimo G., 2004: *Ponowoczesność: społeczeństwo przejrzyste?* „Teraźniejszość — Człowiek — Edukacja”, nr 3 (27).
- Wawrzak-Chodaczek M., 1995: *Udział środków masowego przekazu w rozszerzaniu zjawisk patologii społecznej*. W: *Zjawiska patologii społecznej. Uwarunkowania, rozmiary, profilaktyka, prognozy*. Red. T. Sołtysiak. Bydgoszcz.
- Witkowski L., 2000: *Przekroje analityczne kwestii edukacyjnej (dyskusja społeczno-krytyczna)*. W: *Alternatywy myślenia o/dla edukacji*. Red. Z. Kwieciński. Warszawa.
- Wittgenstein L., 1970: *Traktat logiczno-filozoficzny*. Warszawa.
- Wnuk-Lipiński E., 2005: *Świat międzyepoki. Globalizacja, demokracja, państwo narodowe*. Kraków.
- Woynarowska B., 2007: *Edukacja zdrowotna. Podręcznik akademicki*. Warszawa.
- Wrzesień W., 2003: *Jednostka — rodzina — pokolenie. Studium relacji międzypokoleniowych w rodzinie*. Poznań.
- Wysocka E., 2004: *Oblicza współczesnej młodzieży: cechy, dążenia, zagrożenia i problemy*. W: *Polska pedagogika społeczna w latach 1945—2003. Wybór tekstów źródłowych*. Oprac. M. Cichosz. T. 2. Toruń.
- Życiński J., 2001: *Bóg postmodernistów*. Lublin.
- Życiński J., 2005: *Odyseusz czy playboy? Kulturowa odyseja człowieka*. Kraków.

Źródła internetowe

<http://www.zpav.pl/rankingi.asp?lang=pl>
www.stat.gov.pl.

Maciej Bernasiewicz

Young people and pop-culture
Worldview discourses, reception and opposition

S u m m a r y

The monograph constitutes the analysis of the subject-matter at the borderline of sociology, theory of education, social pedagogy and pedagogy of culture. In the theoretical part, the emphasis was put on the presentation of the importance of the studies on pop-culture for the contemporary understanding of educational phenomena in which mass media play more and more significance. What was shown was an already historical argument on the status of the popular culture (low culture vs high culture). Also, a purely theoretical discussion of a social category young people constitute, and relations between the notion of identity and world view was included. Theoretical analyses close with an important subchapter devoted to the issue of reception, decoding and interpretation of cultural texts in which the author's understanding of semantic phenomena was completed with the analyses of such classics as U. Eco, L. Grossberg, S. Hall, J. Fiske, R. Rorty, as well as Polish authors of studies on media and their message, i.e. M. Mrozowski, T. Goban-Klas, J. Gajda, Z. Melosik. In the empirical part, the author discusses two selected popular discourses — a message of young people's magazines and hip-hop music. Next, it analyses the reception of this content by young people, taking into account a critical reception level and decoding models distinguished by Stuart Hall. Making use of the method of content analysis by young people, the author makes a categorization of the most important worldview notions included in the young people's magazines, such as sex, health, identity, stars, girl-boy, school, parents, etc. and hip-hop texts, such as blocks of flats, drugs, girlfriend, emotions, identity, life, money, police, politicians. In understanding the notion of world view (*Weltanschauung*), the author follows Wilhelm Dilthey who distinguished its three components: life experience, world image and life ideal. The world view notions popularized by pop-culture reveal the contemporary processes taking place within the scope of identity, axiology and theology of a contemporary teenager. These involve moving the identity problems to the body surface (identity somatisation), perceiving other people mainly as the objects of a sexual conquest or potential rivals in the battle of social promo-

tion, the need of an authentic and independent life free from obligations and laws imposed on in advance. The dissertation answers the question on the educational influence the discourses under examination may have on young receivers, and shows the competences of young people in the area of meaning selection. The aim of media education is the state in which young people start selecting (rejecting) the messages transmitted according to defined criteria and conviction that, as a result of the reception of these messages, they either (intellectually, emotionally) gain or lose and waste time. An important empirical achievement of this work seems to be a statement that young people, often criticized for mindlessness, functional illiteracy and ignorance, show a high level of reflexivity in their contact with the pop-culture transmission. To prove that, the author presents his own classification of the critical reception level distinguished in the course of the empirical analyses (a critical reception of a negotiation, affirmation, selection, incurable optimism nature, and unreflective opposition). The work is directed at teachers, parents and educators, as well as all interested in the influence of pop-culture on young people.

Maciej Bernasiewicz

Jugend und Popkultur

Weltanschauungsdiskurse, die Rezeption und der Widerstand

Z u s a m m e n f a s s u n g

Die in vorliegender Monografie behandelten Probleme gehören dem Berührungsgebiet von Soziologie, Erziehungstheorie, Sozialpädagogik und Kulturpädagogik. Im theoretischen Teil betont der Verfasser vor allem größere Bedeutung des Studiums als der Popkultur bei gegenwärtiger Betrachtung von den Erziehungsgeschehnissen, in denen Massenmedien immer größere Rolle spielen. Er stellt den schon historischen Streit um den Status der populären Kultur (niedrige contra hohe Kultur) dar und klärt die soziologische Kategorie „Jugend“ und die Wechselbeziehungen zwischen den Begriffen „Identität“ und „Weltanschauung“. Das letzte Unterkapitel in dem theoretischen Teil betrifft die Rezeption, das Dekodieren und die Interpretation von Kulturtexten, in denen eigene Meinungen des Verfassers über semantische Erscheinungen mit wissenschaftlichen Analysen von solchen Klassikern, wie: U. Eco, L. Grossberg, S. Hall, J. Fiske, R. Rorty als auch mit polnischen Studien über Massenmedien von: M. Mrozowski, T. Goban-Klas, J. Gajda, Z. Melosik ergänzt werden. In dem Forschungsteil bespricht der Verfasser zwei ausgewählte populäre Diskurse — die Informationsübermittlung in Jugendmagazinen und im Hip-Hop. Die von den Jugendlichen rezipierten Inhalte werden dann von ihm analysiert; er berücksichtigt dabei das kritische Rezeptionsniveau und die von Stuart Hall unterschiedenen Dekodierungsmodelle. Mittels der Analyse der Inhalte kategorisiert der Verfasser die wichtigsten die Weltanschauung betreffenden Begriffe, die in Jugendmagazinen (Sex, Gesundheit, Identität, Stars, Freund — Freundin, Schule, Eltern, usw.) und in Hip-Hop-Texten (Wohnblöcke, Drogen, Freundin, Emotionen, Identität, Leben, Geld, Polizei, Politiker, usw.) auftreten. Den Begriff „Weltanschauung“ gebraucht er nach Wilhelm Dilthey, der drei Elemente des Begriffs: Lebenserfahrung, Weltbild und Lebensideal unterschieden hat. Die durch die Popkultur verbreiteten Weltanschauungsbegriffe entblößen die gegenwärtig im Bereich der Identität, Axiologie und Teleologie des heutigen Teenagers ablaufenden Prozesse: das Zurückführen von Identitätsproblemen nur auf die Körperoberfläche (Somatierung der Identität), die Betrachtung der anderen Menschen nur

als sexuelle Objekte oder potentielle Konkurrenten im Kampf um den sozialen Anstieg, das Bedürfnis nach einem richtigen, unabhängigen, von allen Pflichten und aufgezwungenen Rechten freien Leben. In seiner Arbeit versucht der Verfasser die Frage zu beantworten, auf welche Weise junge Rezipienten durch die hier erforschten Diskurse beeinflusst werden können, und zeigt die Kompetenzen der Jugendlichen im Bereich der Selektion von Bedeutungen.

Das Ziel der medialen Bildung wird dann erreicht, wenn junge Menschen die ihnen übermittelten Inhalte wählen (ablehnen) werden, bestimmte Kriterien dabei berücksichtigend und wenn sie davon überzeugt sind, dass sie an rezipierten Inhalten intellektuell/emotionell gewinnen oder auch verlieren, ihre Zeit dabei vergeudend. Eine wichtige Forschungsleistung des Verfassers ist folgende Entdeckung: die für ihre Gedankenlosigkeit, sekundären Analphabetismus und Ignoranz häufig kritisierten Jugendlichen zeichnen sich durch hohes Niveau des Reflexionsvermögens bei Rezeption der populären Kultur aus. Um diese These zu beweisen, zeigt der Verfasser seine eigene Klassifizierung von den einzelnen Stufen der kritischen Rezeption: Negation, Affirmation, Selektion, unverbesserlicher Optimismus und gedankenloser Widerstand.

Die Monografie ist für Lehrer, Eltern, Betreuer und solche Personen bestimmt, die für den Einfluss der Popkultur auf Jugendliche Interesse haben.

Redaktor
Wiesława Piskor

Projektant okładki
Paulina Tomaszewska-Cieply

Redaktor techniczny
Barbara Arenhövel

Korektor
Lidia Szumigala


Copyright © 2009 by
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Wszelkie prawa zastrzeżone

ISSN 0208-6336
ISBN 978-83-226-1900-1

Wydawca
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice
www.wydawnictwo.us.edu.pl
e-mail: wydawus@us.edu.pl

Wydanie I. Ark. druk. 14,0. Ark. wyd. 16,0.
Papier offset. kl. III, 90 g Cena 24 zł

Łamanie: Pracownia Składu Komputerowego
Wydawnictwa Uniwersytetu Śląskiego
Druk i oprawa: SOWA Sp. z o.o.
ul. Hrubieszowska 6a, 01-209 Warszawa



Rozprawa monograficzna Macieja Bernasiewicza stanowi oryginalną analizę problematyki, która lokuje się na pograniczu socjologii i teorii wychowania oraz pedagogiki społecznej. Dawno nie mieliśmy w kraju rozpraw, których autorzy podejmowałiby kwestie światopoglądu, gdyż kategoria ta wypadła z indeksu rzeczowego większości publikacji z nauk humanistycznych jako nieprzystająca do ponowoczesnego świata. Tymczasem mamy tutaj niezwykle interesujące dla współczesnej pedagogiki połączenie dwóch fenomenów, a mianowicie światopoglądu młodzieży i kultury popularnej, która stała się dla młodych pokoleń źródłem sensu życia, nowych znaczeń wpisujących się w relacje człowieka ze światem, z samym sobą i w związku ze sobą. [...]

Autor znakomicie poradził sobie z badaną materią i z dużą starannością metodologiczną odłonił kolejne obszary semantyczne w wybranych dyskursach: *hip-hopowym* i *coolturny nastolatka*, dokonując zarazem własnych kategoryzacji form recepcji przez młodzież treści czasopism. [...] Zgadzam się z Maciejem Bernasiewiczem, iż istotnym osiągnięciem jego badań jest odkrycie, że „krytykowana często za bezmyślność, wtórny analfabetyzm oraz ignorancję młodzież przejawia wysoki poziom refleksyjności w kontakcie z przekazem kultury popularnej”.

(Z recenzji prof. Bogusława Śliwerskiego)



Cena 24 zł

ISSN 0208-6336

ISBN 978-83-226-1900-1

